

Handbuch
zum
Erstellen und Verwalten
von
Webseiten und Shops

- Version 6 -

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1. Einleitung	11
Voraussetzungen	11
Zu diesem Handbuch	11
2. Schnelleinstieg / Erste Schritte	13
3. Grundlagen	17
Genereller Seitenaufbau	17
Administrationsnavigation	17
Arbeitsbereich	18
Seitenleiste	18
Ablage	18
Verlauf	19
Favoriten	19
Sektionen	20
Hilfe	20
Aktive Schaltfläche "Speichern"	20
Ansichten der Webseite	20
Tabellen	21
Hinzufügen von Datensätzen	21
Bearbeiten von Datensätzen	21
Löschen von Datensätzen	21
Markieren in Tabellen	22
Stapelverarbeitung in Tabellen	22
Sortieren über Sortierschlüssel	22
Suche	22
Sprachabhängigkeit	23
Voreinstellungen	23
Sichtbarkeit	23
Attributtypen	24
Verwendung von Text mit Wertauswahl	25
Verwendung von Optionen	26
Bearbeitung von Textfeldern	27
WYSIWYG-Editor	27
Bild/Video einfügen und bearbeiten	28
Multimedia-Elemente einfügen und bearbeiten	28
Flash-Seiteninhalte	28
Gadgets	29
RSS-Seiteninhalte	29
Verknüpfung einfügen / Verknüpfung entfernen	29
Anker einfügen	29
Hochladen von Bildern	29
Farbwähler	30
Dateiverwaltung	31
Import und Export	32
Export	32
Import	33
Bearbeitung von CSV-Dateien mit Microsoft Excel	33

Einrichtungsassistent	34
Kurz-URL	35
Anlegen der Kurz-URL für alle Seiten.....	35
4. Administratordaten	37
Sicherheitsabfrage für Löschkaktionen.....	37
5. Einstellungen	39
Allgemeine Einstellungen.....	39
Status	39
Präsentation.....	39
Status	39
Erweiterte Einstellungen	39
Seiten-Cache (Cache)	39
Auslastung.....	40
Adresse.....	41
Geschäftszeiten	41
Benutzerverwaltung	41
Benutzer	41
Benutzerdetails – Anmelde­daten	41
Benutzerdetails – Beiträge.....	42
Benutzerdetails – Newsletter	42
Benutzergruppen	42
Registrierung.....	42
Anmeldung.....	43
Administratoren	43
Administratordetails – Anmelde­daten.....	44
Administratordetails – Beiträge.....	44
Steuerberechnung	44
Steuermatrix	44
Steuergebiete.....	44
Steuerklassen	45
Steuermodell	45
Versand und Zahlung.....	46
Versandmethoden	46
Allgemeine Eigenschaften für Versandmethoden.....	46
Versandmethode mit Freigrenze	47
Versandmethode <i>Preis des Warenkorbes</i>	47
Versandmethode <i>Gewicht der Produkte im Warenkorb</i>	47
Versandmethode <i>Anzahl der Produkte im Warenkorb</i>	48
Versandmethode DHL	48
Zahlungsmethoden.....	49
Allgemeine Eigenschaften für Zahlungsmethoden	50
Zahlungsmethode mit Kreditkarte, manuell	51
Zahlungsmethode mit T-Pay	51
Einrichten der Zahlungsmethode.....	51
T-Pay-Transaktionen	52
PayPal Standard	52
Einrichten der Zahlungsmethode.....	52
Zahlungsmethode PayPal Pro (Payflow Edition).....	52
PayPal Pro-Transaktionen.....	52
Zahlungsmethode PayPal Express Checkout	53
Einrichten der Zahlungsmethode.....	53
Pal Express-Transaktionen	53
Zahlungsmethode Google Checkout	53

Google Checkout-Transaktionen	54
Zahlungsmethode ClickandBuy	54
Zahlungsmethode Atos Worldline	54
Atos Worldline-Transaktionen	55
Zahlungsmethode sofortüberweisung.de	55
Zahlungsmethode HSBC	55
HSBC-Transaktionen	55
Zahlungsmethode Moneybookers.....	55
Zahlungsmethode Saferpay	56
Saferpay-Transaktionen	56
Abhängigkeiten	56
Versandoptionen	57
Versandoptionen: Details - Allgemein.....	57
Versandoptionen: Details - Auswahl	57
Ratenzahlung	57
Ländereinstellungen	58
Sprachen	58
Währungen.....	59
Spezialfall Schweizer Franken	60
Länder	60
Regionen.....	60
Regionen - Details - Allgemein.....	61
E-Mail-Einstellungen	61
E-Mail-Einstellungen – Ereignisse.....	62
Ereignis-E-Mails - Details	62
Sonderfall : E-Mails für den Händler	62
Warenkorbeinstellungen	63
Warenkorb	63
Texte.....	63
Registrierung.....	63
Produkteinstellungen.....	64
Allgemein.....	64
Lager	64
Auto Cross-Selling	65
Texte.....	65
Produktvergleich	65
Merklisen.....	66
eBay-Einstellungen	66
Allgemeine Einstellungen.....	66
eBay-Konten.....	66
eBay-Konten – Details	67
Vorlagen	67
Einstellungen für Bestelldokumente	68
Texte.....	68
Rechnungen in E-Mails.....	68
6. Produkte	69
Anlegen eines neuen Produktes	69
Anlegen eines Einzelproduktes	69
Anlegen eines Produktes mit Variationen.....	70
Anlegen eines Produkt-Bundles.....	70
Bundle-Produkte	71
Import und Export von Produkt-Bundles.....	71
Hinweise zu Bundles	72

Anlegen eines Download-Produktes	72
Downloads	72
Produktdetails – Allgemein	73
Lager	73
Referenzeinheit	73
Vergleichspreis	73
Versandangaben	74
Beschreibung	74
Attribute	74
Produktdetails - Bilder	74
Produktdetails - Kategorien	76
Produktdetails - Variationen	76
Variationsassistent	77
Erweiterung mit Variationsassistent	78
Produktdetails - Preise	78
Mengenrabatt	79
Werterabatt	80
Rabattberechnung für Produktpreise	80
Produktdetails – Cross-Selling	80
Import und Export	81
Variationsprodukte und Cross-Selling	81
Produktdetails – Portale	82
Produktportale	82
eBay	82
Produkttypen	82
Import und Export	83
Produkttypdetails	83
Attribute	83
Darstellung	83
Preislisten	84
Preislisten – Erweiterte Einstellungen	84
Preislistendetails	84
Warenkorbrabatt	85
Suchstatistik	85
Produktbewertungen	85
Import und Export	86
BMECat-Import	87
Produktsuche in der Administration	88
7. Kunden	89
Kundendetails – Allgemein	89
Kundendetails - Benutzerdaten	90
Datenabgleich	91
Kundendetails - Bestellungen	91
Kundendetails – Newsletter	91
Kundengruppen	91
Kundenattribute	92
Import und Export	92
8. Inhalt / Kategorien	95
Vorschauansicht	95
Multifunktionsleiste und Inhalt	96
Seitenmodus	96

	Funktionsgruppe <i>Aktionen</i>	96
	Funktionsgruppe <i>Darstellung</i>	96
	Funktionsgruppe <i>Sprache</i>	97
	Bearbeitungsmodus	97
	Datenblattansicht.....	97
	Allgemein.....	97
	Seiten	98
	Produkte	99
	Bilder.....	99
	Darstellung	99
	Neue Seite anlegen.....	100
	Seitentypen.....	101
	Startseite	101
	Seite / Kategorie	102
	Redaktionelle Seite	102
	Verknüpfung	102
	Aktionsprodukte.....	102
	Impressum	103
	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	103
	Kundeninformationen	103
	Datenschutzerklärung.....	104
	Geschäftszeiten	104
	Sitemap	104
	Forum	104
	Themen – Details.....	105
	Blog.....	105
	Beiträge – Details.....	105
	Gästebuch.....	106
	Bildergalerie	106
	Bilder.....	106
	Bildersuche.....	107
	Import und Export.....	107
9.	Buchungssystem	109
	Leistungen	109
	Leistungsdetails.....	110
	Leistungsdetails – Kundenoptionen	110
	Buchungen.....	111
	Buchungen.....	113
	Buchungsdetails.....	113
10.	Gestaltung	115
	Gestaltungsgrundlagen.....	115
	Design bearbeiten	118
	Multifunktionsleiste und Gestaltung.....	119
	Seitenansicht im Browser	119
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	119
	Funktionsgruppe <i>Breite und Abstände</i>	120
	Funktionsgruppe <i>Seitenbereiche</i>	120
	Funktionsgruppe <i>Symbolset</i>	120
	Horizontale Bereiche	120
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	120
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	120
	Funktionsgruppe <i>Seitenelemente</i>	120
	(Aktive) Schaltfläche / (Aktive) Schaltfläche - Rechte Abbildung.....	121

	Box.....	121
	Vertikale Bereiche	122
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	122
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	122
	Funktionsgruppe <i>Seitenelemente</i>	122
	Inhaltsbereich	123
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	123
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	123
	Funktionsgruppe <i>Ansicht</i>	123
	Seitenelemente und Navigation.....	123
	Benutzerdefinierte Seitenelemente	125
	Eigene Styles.....	125
	Vorlagen	127
	Schnellgestaltung.....	127
11.	Bestellungen	129
	Bestellungen - Details.....	129
	Bearbeitungsmodus	130
	Dokumente	130
	Dokumentendetails	131
	UPS-Lieferschein	131
	Vorbereitungen.....	131
	Erzeugen der UPS-Kontrollnummer	132
	Aktivieren der Bestellungsverfolgung	132
	Bestellungsverfolgung im Shop	132
	RBS WorldPay-Transaktionen	133
12.	Marketing	135
	Newsletter-Kampagnen	135
	Anlegen einer Newsletter-Kampagne	135
	Newsletter-Kampagnen – Details – Allgemein	136
	Newsletter-Kampagnen – Details – Adressaten	136
	Import von Adressaten.....	137
	Abonnement über die Webseite.....	137
	Newsletter.....	137
	Newsletter-Details – Allgemein	138
	Versendedataen	138
	Design	138
	Inhalt.....	138
	Erstellen des Newsletter-Inhaltes	139
	Versenden des Newsletters	139
	Newsletter-Details – Anhänge	139
	Newsletter-Details – Empfänger	140
	Gutscheine.....	140
	Gutscheine - Allgemein	140
	Gutscheine - Gültigkeit	140
	Gutscheine - Gutschein-Codes	141
	Hinweise	141
	Anlegen von Gutscheinen	141
	Anwendung von Gutscheinen in Newslettern.....	142
	Produktempfehlungen	142
	Anfragen zum Produkt.....	143
	etracker-Statistiken	143
	Allgemein.....	143
	etracker-Konto einrichten.....	143

Registrierungsdaten	144
Suchmaschinen-Auswertung	144
Seiten	144
Google Analytics.....	145
Produktportale	145
Allgemeine Einstellungen.....	145
Produktliste und Export	146
etracker-Auswertung.....	147
Kelkoo	147
Google Base.....	148
Amazon.....	148
Angebotsdetails	149
Google-Registrierung und XML-Sitemap	149
Trusted Shops Zertifizierung	149
eBay	150
Angebote	151
Angebotseinstellungen / eBay-Assistent	152
Titel	152
Kategorie	153
Details	153
Layout.....	153
Versand	153
Zahlung	154
Überprüfung.....	154
Vorgabewerte	154
Bestellungen	155
13. Glossar	157
14. Index	161

1. Einleitung

Voraussetzungen

Die Anwendung ist browserbasiert. Die Administration läuft in folgenden Browsern:

- Internet Explorer ab 8.0
- Mozilla Firefox ab 3.6
- Safari 4
- Chrome 4

Die minimale Auflösung für die Arbeit in der Administration ist 1.024 x 786 Pixel und eine Farbtiefe von 65.000 Farben. Für manche Sprachen (Spanisch, Französisch, Katalanisch, Russisch, Portugiesisch) werden die Seiten der Administration erst ab einer Auflösung von 1280 x 1024 korrekt angezeigt.

Um alle Anwendungsfunktionen nutzen zu können, müssen Sie in Ihren Browsereinstellungen Folgendes zulassen:

- Ausführung von Java Script
- Verwendung von Sitzungscookies
- Öffnen von Popup-Fenstern
- Ausführung von Flash-Seiteninhalten

Zu diesen Handbuch

Dieses Handbuch beschreibt Grundlagen und erläutert Funktionen und Vorgehensweisen.

Es werden allen Grundlagen erklärt, die notwendig sind, um mit der Anwendung effektiv zu arbeiten.

Das Handbuch ist bietet keine vollständige Beschreibung aller Funktionen. Es ist als Ergänzung zu den Informationen auf den einzelnen Webseiten zu sehen und im Zusammenhang damit zu lesen. Funktionen, welche selbsterklärend sind oder zu denen alle notwendigen Informationen auf der Seite angezeigt werden, sind hier im Handbuch nicht aufgeführt.

Nur für Funktionen und Abläufe, die komplexer sind und für die sich nicht alle notwendigen Informationen aus der Oberfläche ergeben, gibt es ergänzende Hinweise und Erklärungen in der Hilfe.

Folgendes mehrstufiges Konzept soll Sie unterstützen, sich in die einzelnen Funktionen einzuarbeiten:

1. Erkennen Sie intuitiv die Funktion und die Bedeutung der einzelnen Felder.
2. Lesen Sie die eventuell vorhandenen Erläuterungen im blauen Kasten auf der Seite (z.B. Vorgehen beim Einrichten einer Zahlungsmethode)
3. Lesen Sie die Kurzinformationen zu Feldern, die nicht selbsterklärend sind. Diese Kurzinformationen werden durch ein Symbol hinter dem jeweiligen Feld angezeigt.
4. Lesen Sie die Tipps und Tricks, die für manche Funktionen angezeigt werden.
5. Beachten Sie die verwandten Themen, welche auf Zusammenhänge hinweisen.
6. Rufen Sie die Online-Hilfe auf.

Zusätzliche Informationen erhalten Sie im Anwender-Blog und in den Video-Tutorials, auf die Sie im MBO zugreifen können. Die entsprechenden Links finden Sie im Hilfebereich jeder Seite.

2. Schnelleinstieg /Erste Schritte

Bereits nach wenigen Schritten können Sie Ihre Webseite mit den grundlegenden Funktionen in Betrieb nehmen. Sie haben aber noch vielfältige Möglichkeiten, die Webseite optimal Ihren Bedürfnissen anzupassen.

Nach folgenden Schritten ist Ihre Webseite einsatzbereit:

1. Anmelden
2. Durchlaufen des Einrichtungsassistenten
3. Überprüfen der Seiten
4. Überprüfen/Platzieren wichtiger Seitenelemente
5. Designanpassungen
6. Produkte anlegen
7. Überprüfung wichtiger Systemeinstellungen
8. Testen

1. Anmelden

Den Zugang zur Administration Ihrer Webseite erhalten Sie von Ihrem Provider. Melden Sie sich in der Administration unter Angabe von Benutzernamen und Kennwort an. Diese Angaben wurden Ihnen entweder zugesandt oder Sie haben diese beim Anlegen der Webseite schon selbst definiert.

Achtung: Ändern Sie nach Durchlaufen des Einrichtungsassistenten das Kennwort, damit kein Unbefugter das System benutzen kann. Siehe *Administratordaten, Seite 37*.

2. Durchlaufen des Einrichtungsassistenten

Nach der Erstanmeldung werden Sie automatisch in den Einrichtungsassistenten geleitet. Mit seiner Hilfe nehmen Sie alle wichtigen Grundeinstellungen vor. Siehe dazu auch *Einrichtungsassistent, Seite 34*.

3. Überprüfen der Seiten

Durch die Themenauswahl im ersten Schritte des Einrichtungsassistenten ist eine Grundstruktur Ihrer Webseite vorgegeben. Rufen Sie **Inhalt / Kategorien » Vorschauansicht** auf, um diese Struktur anzuzeigen.

Hier prüfen Sie, ob alle wichtigen Seiten vorhanden sind, mit denen Sie starten wollen. Sie können Seiten hinzufügen, löschen oder verschieben. Prüfen Sie auf jeder Seite die Inhalte und aktualisieren Sie diese bei Bedarf. Eine genaue Beschreibung dafür finden Sie in den Kapiteln *Inhalt, Seite 95 ff*.

Wichtig ist, dass Sie eventuell vorhandene Beispieldaten auf ihre Verwendbarkeit prüfen und auf Ihre eigenen Erfordernisse anpassen.

4. Überprüfen/Platzieren wichtiger Seitenelemente

Seitenelemente sind die funktionellen Bereiche auf der Webseite, über welche Ihre Kunden die einzelnen Funktionen aufrufen und durch die Seiten navigieren. Das sind Elemente wie:

- Links zu den AGB oder zum Impressum
- Der Kategoriebaum oder eine Kategorieliste zum Aufrufen der einzelnen Kategorien und Produkte
- Die Suchfunktion
- Die Anmeldung für registrierte Kunden
- Elemente zum Umschalten von Sprache und Währung
- Warenkorb

Je nach ausgewähltem Thema sind die wichtigsten dazugehörigen Seitenelemente auf der Webseite angeordnet. Prüfen Sie, ob alle erforderlichen Elemente richtig platziert sind.

Die Grundlagen zur Gestaltung und zur Arbeit mit den Seitenelementen lesen Sie in *Gestaltung, Seite 115* und *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

5. Designanpassungen

Mit Ihrer Themenauswahl wurde auch ein passendes Design eingestellt. Bei Bedarf haben Sie vielfältige Möglichkeiten, dies anzupassen. Eine ausführliche Beschreibung zur Anpassung von Layout und Design finden Sie im Kapitel *Gestaltung, Seite 115*.

6. Produkte/Leistungen anlegen

Wollen Sie einen Online-Shop betreiben und Produkte oder Dienstleistungen anbieten, müssen Sie diese anlegen und Kategorien zuordnen. Produkte legen Sie im Menu **Produkte** an, Leistungen im Menu **Buchungssystem**.

Als wichtigste Daten erfassen Sie für ein Produkt *Produktnummer, Produktname, Listenpreis* und wählen die Steuerklasse aus. Setzen Sie den Status für *Sichtbar* auf *ja*. Füllen Sie bei Bedarf weitere Felder aus.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Ordnen Sie die Produkte Kategorien zu. Dazu klicken Sie auf die Karteikarte **Kategorien** und wählen die entsprechenden Kategorien aus.

Eine komplette Beschreibung, wie man alle Funktionen für Produkte nutzt und optimal einsetzt, finden Sie unter *Produkte, Seite 69*.

Buchungssystem und Leistungen richten Sie mit Hilfe der Assistenten im Menu **Buchungssystem** ein. Weitere Informationen finden Sie unter *Buchungssystem, Seite 109*.

7. Überprüfung wichtiger Systemeinstellungen

Alle Systemparameter sind mit einem Standardwert voreingestellt und sofort verwendbar. Prüfen Sie die wichtigsten an dieser Stelle, um die Einstellungen zu optimieren. Rufen Sie dazu in der Menüleiste den Punkt **Einstellungen** auf.

Wir empfehlen zu Beginn die Prüfung folgender Einstellungen:

- Sprachen, Währungen, Länder; siehe dazu *Ländereinstellungen, Seite 58*
- Versand- und Zahlungsmethoden; siehe dazu *Versand und Zahlung, Seite 46*
- E-Mail-Einstellung für den Versand verschiedener Meldungen und Bestätigungen; siehe *E-Mail-Einstellungen, Seite 61*

Damit haben Sie alle Voraussetzungen geschaffen, um Ihre Webseite betreiben zu können. Einen Überblick über die Einstellmöglichkeiten erhalten Sie in *Einstellungen, Seite 39*.

8. Testen

Bevor Sie die Internetadresse Ihrer Webseite veröffentlichen, testen Sie Ihre Webseite als Besucher. Damit überprüfen Sie, ob Ihre Einstellungen beziehungsweise Änderungen (Logo, Design, Produkte etc.) richtig übernommen und wie geplant präsentiert werden.

Wichtig ist auch die Überprüfung, ob E-Mails wie Registrierungsbestätigungen oder Bestellbestätigungen gesendet werden. Melden Sie sich daher selbst als Kunde an, um eine gültige E-Mail-Adresse zur Verfügung zu stellen, an welche die Benachrichtigungen geschickt werden.

Hinweis: Sollten E-Mails nicht ordnungsgemäß versandt werden, obwohl Sie alle Adressen korrekt angegeben haben, wenden Sie sich an Ihren Provider, damit dieser die Systemeinstellungen überprüft.

Sind die Tests zu Ihrer Zufriedenheit verlaufen, löschen Sie alle Beispieldaten (Produkte, Kunden etc.) und stellen die Internetadresse Ihrer Webseite Ihrem Kundenkreis zur Verfügung.

Viel Erfolg!

3. Grundlagen

In diesem Kapitel werden die Strukturen, Funktionen und Vorgehensweisen erläutert, die über die gesamte Anwendung hinweg gelten. Dieses Wissen ist Voraussetzung, um mit der Anwendung effektiv zu arbeiten.

Genereller Seitenaufbau

Alle Seiten der Administration basieren auf folgender Grundstruktur:

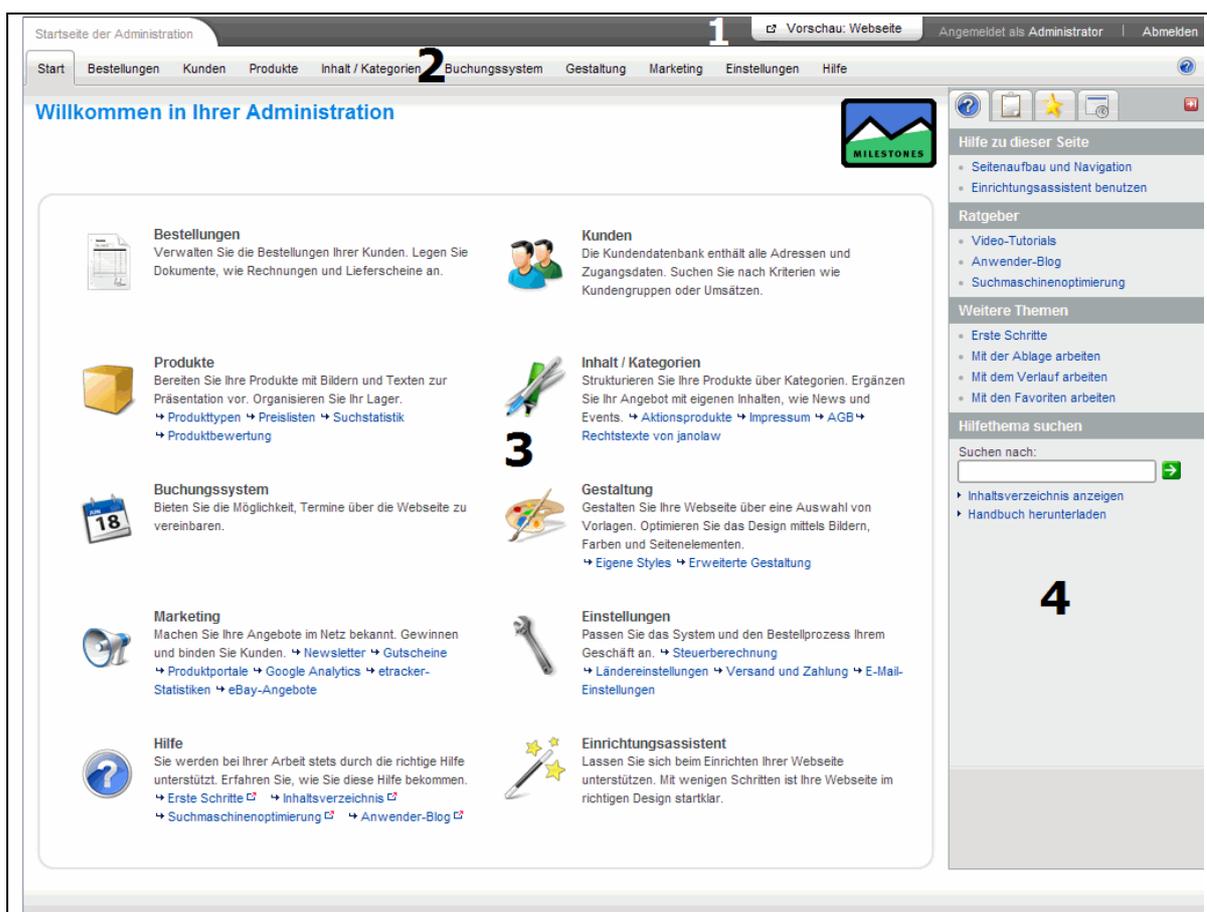


Abbildung 1: Seitenstruktur der Administration

Die Bereiche sind:

- Administrationsnavigation (1), siehe *Administrationsnavigation, unten*
- Menüleiste (2)
- Arbeitsbereich (3), siehe *Arbeitsbereich, Seite 18*
- Seitenleiste (4), siehe *Seitenleiste, Seite 18*

Administrationsnavigation

Die Administrationsnavigation ist auf allen Seiten verfügbar. Folgende Links stehen zur Verfügung:

Link zur Webseite

Über den Link **Vorschau: Webseite** zeigen Sie die aktuelle Seite aus Besuchersicht im Browser an, siehe dazu *Ansichten der Webseite, Seite 20*. Falls die Webseite für Besucher geschlossen ist, wird ein entsprechendes Symbol zusätzlich zum Link angezeigt.

Link Seiten-Cache

In manchen Fällen wird vor dem Link zur Webseite der Link **Seiten-Cache: jetzt aktualisieren** in einem roten Pfeil angezeigt. Dieser Link zeigt den Status des Seiten-Caches an. Über den Link können Sie den Seiten-Cache mit den aktuellen Einstellungen aktivieren oder auch direkt die Einstellungen für den Seiten-Cache aufrufen. Zum Seiten-Cache lesen Sie *Seiten-Cache (Cache), Seite 39*.

Link Administrator

Über diesen Link mit Ihrem Administratortnamen rufen Sie Benutzerdaten des Administrators auf, siehe *Administratordaten, Seite 37*.

Link Abmelden

Über den Link **Abmelden** verlassen Sie die Administration. Hiermit stellen Sie sicher, dass die Verbindung zum System ordnungsgemäß und sicher beendet wird und sich kein unbefugter Benutzer Zutritt zu Ihrer Administrationsebene verschaffen kann. Nach dem Abmelden wird Ihnen wieder die Anmeldeseite angezeigt.

Arbeitsbereich

Der Arbeitsbereich beinhaltet je nach Funktion Formulare, Tabellen oder andere funktionelle Bereiche. Diese Bereiche werden in Form von Karteikarten angezeigt. Jede Karteikarte hat einen Titel, der als Link angezeigt wird, siehe *Abbildung 2, Seite 20*. Über diesen Link aktivieren Sie eine Karteikarte, falls mehrere auf einmal angezeigt werden.

Auf den Karteikarten erfassen und bearbeiten Sie Daten, überprüfen Einstellungen, lassen sich Suchergebnisse anzeigen usw.

Seitenleiste

Die Seitenleiste besteht aus folgenden Unterseiten, welche nachfolgend erläutert werden:

- Hilfe, siehe *Hilfe, Seite 20*
- Ablage, siehe *Ablage, unten*
- Favoriten, siehe *Favoriten, Seite 19*
- Verlauf, siehe *Verlauf, Seite 19*

Standardmäßig wird für eine Seite, wenn diese das erste Mal aufgerufen wird, die Hilfe angezeigt. Das ist unabhängig davon, welche Unterseite vorher in der Seitenleiste aktiv war. Erst wenn eine Seite zum wiederholten Mal aufgerufen wird, bleibt die Unterseite aktiv, welche vorher eingestellt war. Sollten Sie mit der Anwendung vertraut sein und die Hilfe auf neuen Seiten nicht benötigen, können Sie die Standardeinstellung ändern, siehe *Administratordaten, Seite 37*.

Ablage

Die Ablage dient dazu, einzelne Objekte oder Objektgruppen zwischenspeichern. Solche Objekte sind zum Beispiel Produkte, Kunden oder auch Versandmethoden. Legen Sie die Objekte an einer Stelle der Anwendung in die Ablage, um sie an anderer Stelle wieder zu verwenden.

Ein Beispiel dafür ist die Versendung von Newslettern mit Produktinformationen. Sie wählen die betreffenden Produkte aus der Produktliste und legen diese in die Ablage. Beim Erstellen eines Newsletters übernehmen Sie die Produkte aus der Ablage und fügen sie so in den Newsletter ein.

Die Objekte werden in Gruppen gespeichert, die ihrem Typ entsprechen. In Klammern wird die Anzahl der Elemente, die in der Gruppe enthalten sind, angezeigt.

Hinweis: Für die verschiedenen Objekttypen gibt es jeweils eine Gruppe (zum Beispiel Kunden, Kategorien), für Produkte gibt es pro Produkttyp eine Gruppe.

Es gibt folgende Möglichkeiten, Objekte in die Ablage zu legen:

- Übernahme eines einzelnen Objektes aus dessen Detailansicht heraus

Sobald Sie sich in der Detailansicht eines Objektes befinden, welches sich in die Ablage legen lässt, erscheint der Name dieses Objekts als vorletzter Eintrag in der Ablage.

Das Objekt ist noch nicht in die Ablage übernommen. Klicken Sie dazu auf den Eintrag mit dem Objektnamen. Dadurch wird das Objekt in die Ablage gelegt und in die entsprechende Gruppe eingetragen. Der Objekt-Link wird solange angezeigt, wie Sie sich in der Detailansicht des Objektes befinden. Ist der Eintrag kein Link, ist das Objekt schon in der Ablage gespeichert.

- Übernahme mehrerer Objekte aus einer Tabelle heraus mit Hilfe einer Stapelverarbeitungsaktion

Um mehrere Objekte gleichzeitig in die Ablage zu übernehmen, müssen Sie sich in der Tabellenansicht für die betreffenden Objekte befinden. Dazu muss für diese Tabelle die Stapelverarbeitungsaktion *In Ablage einfügen* zur Verfügung stehen. Wie Sie eine Stapelverarbeitungsaktion ausführen, lesen Sie in *Stapelverarbeitung in Tabellen, Seite 22*.

Auf bestimmten Seiten haben Sie die Möglichkeit, die Objekte aus der Ablage zu übernehmen. Dafür gibt es die Schaltfläche **Aus der Ablage einfügen**. Aus der Ablage werden nur die Objekte übernommen, die für die aktuelle Verwendung sinnvoll sind.

Um einen Eintrag aus der Ablage zu löschen, klicken Sie auf das Symbol  hinter dem jeweiligen Eintrag.

Um alle Einträge aus der Ablage zu löschen, klicken Sie auf  **Ablage leeren**. Mit dem Abmelden wird die Ablage ebenfalls geleert.

Verlauf

In der Liste *Verlauf* werden die Links der zuletzt besuchten Seiten gespeichert, welche Sie in der Administrationsebene aufgerufen haben.

Durch das Abmelden wird der Verlauf geleert.

Um eine Seite aus dem Verlauf in die Favoriten zu übernehmen, klicken Sie auf das Symbol . Siehe dazu *Favoriten unten*.

Favoriten

Dieser Bereich enthält Links zu Ihren bevorzugten Seiten der Administrationsebene. Dadurch können Sie diese schnell direkt aufrufen.

Sie haben folgende Möglichkeiten, Seiten als Favoriten zu speichern:

- Übernehmen Sie die Seite aus dem *Verlauf*. Siehe *Verlauf, oben*.
- Der Name der aktuellen Seite wird als vorletzter letzter Eintrag in *Favoriten* fett angezeigt. Ist die Seite noch nicht in der Favoritenliste enthalten, ist der Eintrag ein Link. Klicken Sie auf diesen Link, um die aktuelle Seite in die Favoriten aufzunehmen.

Die Favoriten bleiben nach dem Abmelden gespeichert. Die Anzahl der Favoriten ist nicht beschränkt.

Sektionen

Sektionen sind Unterbereiche auf Karteikarten. Sie dienen zur Gruppierung der Daten. Sektionen werden eingerichtet, falls die Menge der Daten für eine einfache Karteikarte zu groß ist, diese Daten aber zusammengehören.

Die einzelnen Sektionen werden über einen Link mit der Sektionsüberschrift ausgewählt, siehe *Abbildung 2*.



Abbildung 2: Karteikarten und Sektionen

Der Pfeil zeigt die ausgewählte Sektion an.

Hilfe

Die Anwendung bietet ein mehrstufiges Hilfesystem.

Die notwendigsten Informationen befinden sich in Form von Hinweisen direkt auf der Seite.

Verwandte Themen im unteren Teil der Seite liefern Hinweise auf andere Seiten, Funktionen oder Einstellungen, welche mit der aktuellen Seite in Zusammenhang stehen.

Aktive Schaltfläche "Speichern"

In der Anwendung ist **Speichern** eine aktive Schaltfläche. Das bedeutet, die Schaltfläche wird erst dann zugänglich, wenn auf der aktuellen Seite Werte geändert wurden und das Speichern notwendig ist.

Zusätzlich erscheint in der Titelseile des Browsers ein *, so das Sie auch in der Windows-Taskleiste erkennen, dass ein Browserfenster offen ist, dessen Inhalt noch gespeichert werden muss.

Ansichten der Webseite

Wenn Sie Daten, die auf der Webseite sichtbar sind, erfassen oder bearbeiten, müssen Sie auch kontrollieren können, ob die Daten korrekt übertragen und angezeigt werden.

Über den Link zur Webseite in der Administrationsnavigation, siehe *Administrationsnavigation, Seite 17* rufen Sie die aktuelle Seite Ihrer Webseite in einem neuen Fenster auf. Die Seite wird im aktiven Style angezeigt.

Bearbeiten Sie einen anderen Style, wird die Webseite im Design dieses Styles angezeigt. Siehe dazu *Eigene Styles, Seite 125*.

Tabellen

Eine Tabelle ist die Auflistung von Objekten. Sie können Einträge hinzufügen, bearbeiten und löschen. Um die Übersichtlichkeit Ihren Anforderungen anzupassen, können Sie die Datensätze nach verschiedenen Methoden sortieren. Für bestimmte Tabellen definieren Sie den Inhalt durch Suchmaskenfilter.

Diese Tabellenfunktionen werden nachfolgend erklärt.

- *Hinzufügen von Datensätzen,*
- *Bearbeiten von Datensätzen,*
- *Löschen von Datensätzen,*
- *Markieren in Tabellen,*
- *Stapelverarbeitung in Tabellen,*
- *Sortieren über Sortierschlüssel,*

Hinzufügen von Datensätzen

Für das Anlegen von neuen Datensätzen haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Manuelle Eingabe des Datensatzes
- Übernahme von Daten aus der Ablage
- Eintrag **Neu** im Untermenü

Bearbeiten von Datensätzen

Für die Bearbeitung von Datensätzen haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Manuelle Bearbeitung in der Tabelle
- Aufrufen der Detailansicht und Bearbeitung der Daten in der Detailansicht

Klicken Sie auf den Link, um die Detailansicht aufzurufen. Bearbeiten Sie die Daten in der Detailansicht. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

- Gruppenweises Bearbeiten von Datensätzen über Stapelverarbeitung

Sollen mehrere Datensätze mit einem Mal bearbeitet werden, benutzen Sie die entsprechende Stapelverarbeitungsaktion. Siehe dazu *Stapelverarbeitung in Tabellen, Seite 22*.

Löschen von Datensätzen

Für das Löschen von Datensätzen haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Schaltfläche **Löschen**

Für manche Tabellen steht unterhalb der Tabelle die Schaltfläche **Löschen** zur Verfügung. Markieren Sie die betreffenden Einträge und klicken Sie auf **Löschen**.

- Stapelverarbeitungsaktion *Löschen*

Für manche Tabellen steht innerhalb der Stapelverarbeitungsaktionen die Aktion *Löschen* zur Verfügung. Markieren Sie die betreffenden Einträge und starten Sie die Aktion *Löschen*.

Zum Markieren lesen Sie *Markieren in Tabellen, Seite 22*.

Zur Stapelverarbeitung lesen Sie *Stapelverarbeitung in Tabellen, Seite 22*.

Markieren in Tabellen

In Tabellen, deren Einträge markiert werden können, ist die erste Spalte die Markierungsspalte.

Um alle Einträge einer Seite zu markieren, klicken Sie in das Kontrollkästchen in der Kopfzeile der Markierungsspalte.

Hinweis: Die Funktion *Alle Markieren* wirkt auf alle Einträge der gerade angezeigten Seite. Um andere Einträge zu markieren, müssen Sie erst die entsprechende Seite aufrufen und die Aktion für diese Seite ausführen.

Stapelverarbeitung in Tabellen

Eine Stapelverarbeitungsaktion ist eine Aktion, die für alle ausgewählten Tabelleneinträge ausgeführt wird. Die für eine Tabelle verfügbaren Stapelverarbeitungsaktionen stehen in einem Auswahlfeld unterhalb der jeweiligen Tabelle.

Zum Ausführen gehen Sie wie folgt vor:

1. Markieren Sie die Einträge, auf welche die Aktion angewendet werden soll.
2. Wählen Sie die Aktion im Auswahlfeld.
3. Starten Sie die Aktion mit **Ausführen**.

Sortieren über Sortierschlüssel

Ein Sortierschlüssel ist eine Zahl, mit der die Reihenfolge von Tabelleneinträgen festgelegt wird, vergleichbar mit einer Zeilennummer. Jedem Eintrag wird über diesen Sortierschlüssel die entsprechende Position in der Tabelle zugewiesen. In den Tabellen, in denen die Reihenfolge der Einträge derart festgelegt werden kann, gibt es die Spalte *Sortierung*. In dieser wird für jeden Eintrag der aktuelle Sortierschlüssel in einem Eingabefeld angezeigt.

Durch Verändern der Schlüsselwerte können Sie die Tabelleneinträge frei ordnen. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Damit Neueinträge besser einsortiert werden können, werden nach Abspeichern einer neuen Sortierung die Schlüsselwerte wieder in 10er-Schritten geordnet angezeigt.

Hinweis: Diese Sortierung wirkt sich auf die Anzeige auf der Webseite und in der Administrationsebene aus.

Suche

Es kann zwischen Schnellsuche und erweiterter Suche gewechselt werden.

Die Schnellsuche ist eine Volltextsuche und bietet ein Eingabefeld. Der eingetragene Suchbegriff wird auf alle Felder der jeweiligen Objekte angewandt, die Text enthalten können.

Die erweiterte Suche bietet mehr Eingabefelder. Diese Eingabefelder richten sich nach der Art der Objekte, die gefiltert werden sollen. Für Produkte gibt es produktspezifische Felder, für Kunden gibt es kundenspezifische Felder usw.

In Texteingabefeldern können Sie den Platzhalter "*" als abschließenden Teil für den Suchtext verwenden. Sie brauchen nicht nach Groß- und Kleinschreibung zu unterscheiden. Wenn Sie nur "*" eintragen oder das Feld leer lassen, werden alle Objekte des entsprechenden Typs angezeigt.

Alle Suchfelder sind grundsätzlich UND-verknüpft. Das heißt, ein Datensatz muss alle Kriterien erfüllen, die durch die Einträge in den Suchfeldern definiert werden, und nicht nur eines davon.

Sprachabhängigkeit

Die Anwendung unterstützt die Verwendung verschiedener Sprachen sowohl in der Administration als auch für Ihre Webseite.

Ihre Administrationssprache legen Sie in den Administratordaten fest, siehe dazu *Administratordaten*, Seite 37.

Auf der Website können Sie für Ihre Besucher eine Sprachauswahl einrichten, so dass sich jeder Besucher seine bevorzugte Sprache auswählen kann. Diese Sprachen aktivieren Sie in den Ländereinstellungen, siehe *Ländereinstellungen*, Seite 58.

Beachten Sie dabei, dass Sie Ihre spezifischen Inhalte für die verschiedenen Sprachen selbst eintragen und pflegen müssen. Dies sind Daten wie Produktbeschreibungen oder Namen, sprachspezifische Dateien und andere Anhänge.

Überall wo sprachabhängige Inhalte zu pflegen sind, werden ein Sprachauswahlfeld und die entsprechenden Übersetzungsfelder angezeigt. Im Auswahlfeld sind die Sprachen aufgelistet, die Sie unter *Sprachen*, Seite 58 eingestellt haben.

Geben Sie Datums- und Zeitangaben sowie Währungen immer in dem Format der Administrationssprache ein. Die Anzeige auf der Webseite erfolgt dann entsprechend der dort gewählten Sprache automatisch.

Voreinstellungen

Ihr Kunde muss an verschiedenen Stellen im Shop aus mehreren Werten den für ihn passenden auswählen. Das ist z. B. die Auswahl der Zahlungs- oder Versandmethode oder die Auswahl einer Produktvariation. Für jede Auswahl definieren Sie einen Standardwert. Dieser Wert wird dem Kunden bei Aufruf der Seite als ausgewählt angezeigt und ist gültig, solange der Kunde keinen anderen wählt.

Die Festlegung eines solchen Standardwertes ist die Voreinstellung. In allen Tabellen, in denen Sie einen Standardwert festlegen können, gibt es die Spalte *Voreingestellt*. Die Spalte enthält für jeden Eintrag ein Optionsfeld.

Klicken Sie auf das Optionsfeld des Wertes, welcher die Voreinstellung sein soll. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Auf der Detailseite der entsprechenden Objekte können Sie die Voreinstellung ebenfalls festlegen.

Stellen Sie Werte ein, die von Ihren Kunden bevorzugt verwendet werden.

Sichtbarkeit

Über die Sichtbarkeit legen Sie fest, ob ein Objekt auf der Webseite angezeigt wird. Aktivieren Sie *sichtbar*, kann der Kunde im Shop diese Elemente sehen und bestellen. Deaktivieren Sie *sichtbar*, ist das Element nur für Sie in der Kontrollansicht zu sehen.

Die Sichtbarkeit steuern Sie über Optionsfelder in Detailansichten oder über Kontrollkästchen in den entsprechenden Tabellen.

Hinweis: Neuangelegte Element wie Produkte oder Kategorien sind standardmäßig auf *nicht sichtbar* gesetzt, so dass Sie erst alle notwendigen Daten erfassen können, ohne dass das Element schon auf der Webseite erscheint.

Attributtypen

Attribute dienen zur Beschreibung von Objekteigenschaften. So gibt es für Kunden solche Attribute wie Anrede, Benutzername oder E-Mail-Adresse. Für Produkte sind das z. B. Produktnummer oder Beschreibung.

Die Attribute sind in verschiedene Attributtypen eingeteilt. Über diese Attributtypen bestimmen Sie die Verwendung eines Attributes und zulässige Werte.

Beim Anlegen von Produkttyp-Attributen oder Kundenattributen, müssen Sie festlegen, von welchem Typ diese Attribute sein sollen. Das bedeutet, Sie definieren, ob dieses Attribut zum Beispiel als Zeichenkette (Text), Zahl oder Datum vom System angezeigt und verarbeitet werden soll. Die einzelnen Attributtypen haben folgende Bedeutung:

Tabelle 1: Übersicht Attributtypen für Eingabefelder

Typ	Bedeutung	Anwendung	Beispiel
Text	Zeichenkette, Wort, Satz	Eingabefelder für Namen, Adressen, Text usw. Alle Zeichen sind erlaubt. Die Länge ist unbegrenzt.	Eingabetext
Sprachabhängiger Text	Sprachabhängiger Text	Anwendung analog zu <i>Text</i> ; pro aktiver Sprache kann ein Wert erfasst werden	Rot Red
Text mit Werteauswahl	Text zum Aufbau eines Wertevorrates	Siehe <i>Verwendung von Text mit Werteauswahl</i> , Seite 25.	Rot Gelb Grün
Sprachabhängiger Text mit Werteauswahl	Sprachabhängiger Text zum Aufbau eines Wertevorrates	Anwendung analog zu <i>Text mit Werteauswahl</i> ; pro aktiver Sprache kann ein Wert erfasst werden Siehe dazu <i>Sprachabhängigkeit</i> , Seite 23 und <i>Verwendung von Text mit Werteauswahl</i> , Seite 25.	Rot / Red Gelb / Yellow Grün / Green
Optionen	Auswahl	Siehe <i>Verwendung von Optionen</i> , Seite 26.	CD DVD
Sprachabhängige Optionen	Auswahl	Anwendung analog zu Optionen; pro aktiver Sprache kann ein Wert erfasst werden	Optische Maus Optical mouse Englische Tastatur English keyboard
Kundenoptionen	Auswahl	Hiermit können Sie zu Leistungen Optionen anbieten, welche der Kunde zur jeweiligen Buchung mit auswählen kann. Siehe dazu <i>Leistungsdetails – Kundenoptionen</i> , Seite 110.	Tischreservierung mit: Blumengesteck, Weihnachtsdekoration
Ganze Zahl	Ganze Zahl		255
Kommazahl	Gleitkommazahlen		15,23
Ja/Nein	Entscheidung	Optionsfelder. Hier trifft der Benutzer eine <i>Ja-</i> oder <i>Nein-</i> Entscheidung.	Optionsfeld <i>sichtbar</i>

Typ	Bedeutung	Anwendung	Beispiel
Geld	Festkommazahl mit bestimmter Anzahl von Kommastellen zur Speicherung von Geldbeträgen	Eingabefelder für Preise	21,95 €
Datum	Datumsfeld für Tage vom 01.01.0001 bis zum 31.12.9999		12.06.2010
Zeit	Zeitfeld für Uhrzeiten im Bereich von 00:00:00 bis 23:23:59		11:11
Datum und Zeit	Kombination aus Datum und Zeit	Eingabefelder für genaue Zeitpunkte. Das Eingabeformat wird durch die aktuelle Ländereinstellung definiert. Für Deutschland im Format <i>TT.MM.YYYY hh:mm:ss</i>	12.6.2010 11:11
Datei	Dateiname	Mit Hilfe dieses Feldes können Sie z. B. einem Produkt eine Datei zuordnen.	Productinfo.pdf
Sprachabhängige Datei	Dateiname	Anwendung analog zu <i>Datei</i> ; pro aktiver Sprache kann eine eigene Datei zugeordnet werden	Productinfo_de.pdf Productinfo_en.pdf

Verwendung von Text mit Wertauswahl

Die Attributtypen *Text mit Wertauswahl* und *Sprachabhängiger Text mit Wertauswahl* bilden die Grundlage für den Aufbau von Auswahlfeldern oder Produktvariationen. Für diese Attribute definieren Sie verschiedene Werte, aus denen der Benutzer auswählt.

In den Details für diese Attribute gibt es dafür neben der Karteikarte **Allgemein** eine zusätzliche Karteikarte **Wertauswahl**. Hier definieren Sie einen Wertevorrat, mit dem im weiteren Verlauf gearbeitet wird. So stellen Sie sicher, dass für ein Attribut nur die von Ihnen vorgegebenen Werte verwendet werden.

Folgendes Beispiel soll dies verdeutlichen:

Auf dem Registrierungsformular für Ihre Webseite möchten Sie von Ihren Besuchern erfahren, wie diese auf Ihre Webseite aufmerksam geworden sind. Für die Antwort wollen Sie eine feste Anzahl von Antworten vorgeben, aus denen der Kunde auswählt.

Legen Sie ein Kundenattribut *ContactInfo* an vom Typ *Sprachabhängiger Text mit Wertauswahl*. Zu Kundenattributen lesen Sie *Attribute, Seite 90*. Erfassen Sie in den Attributdetails auf der Karteikarte **Wertauswahl** alle Vorgabewerte wie in *Abbildung 3*.

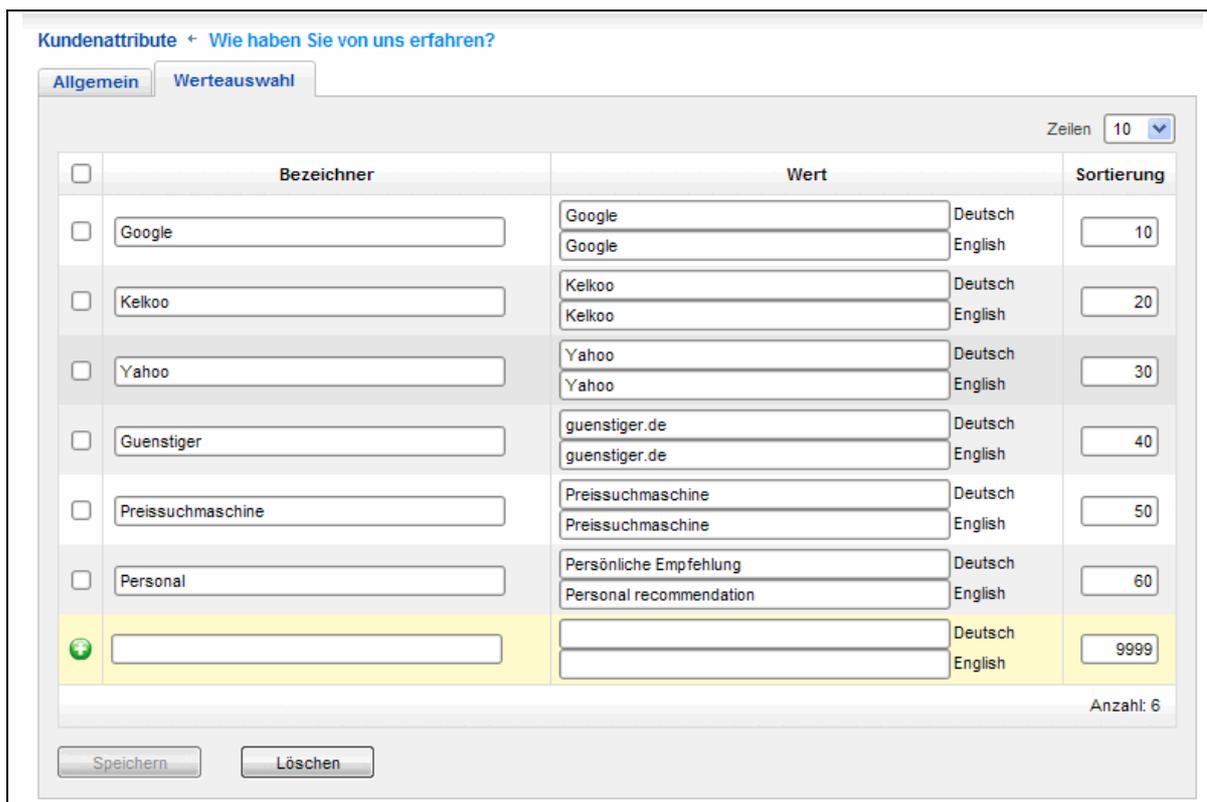


Abbildung 3: Wertevorrat für Attributtyp *Sprachabhängiger Text mit Werteauswahl*

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Der Kunde kann dann im Registrierungsformular folgendes Auswahlfeld verwenden:

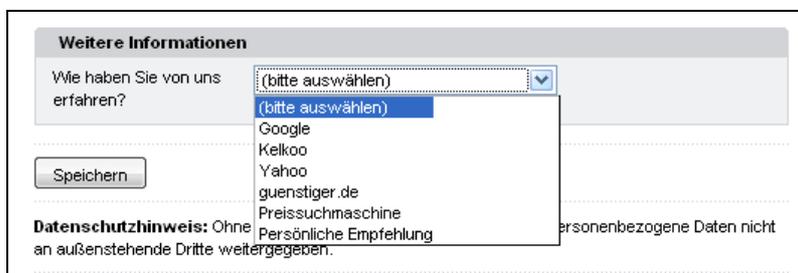


Abbildung 4: Verwendung eines Attributes mit Werteauswahl

Verwendung von Optionen

Diese Attributtypen stellen für den Anwender einen Wertevorrat bereit, aus denen er mehrere Werte auswählen kann. Jeder Wert wird mit einem Kontrollkästchen dargestellt und durch entsprechendes Markieren ausgewählt. Dies bietet sich für unterschiedliche Konfigurationen eines Produktes an.

In Analogie zu *Text mit Werteauswahl* definieren Sie beim Anlegen dieses Attributes einen Wertevorrat, mit dem im weiteren Verlauf gearbeitet wird. So stellen Sie sicher, dass für ein Attribut nur die von Ihnen vorgegebenen Werte verwendet werden.

Folgendes Beispiel soll dies verdeutlichen:

Ein Basisprodukt soll mit verschiedenen Zusatzkomponenten angeboten werden. In einem Attribut *Ausstattung* geben Sie die möglichen Ausstattungsmerkmale vor, siehe *Abbildung 5*.

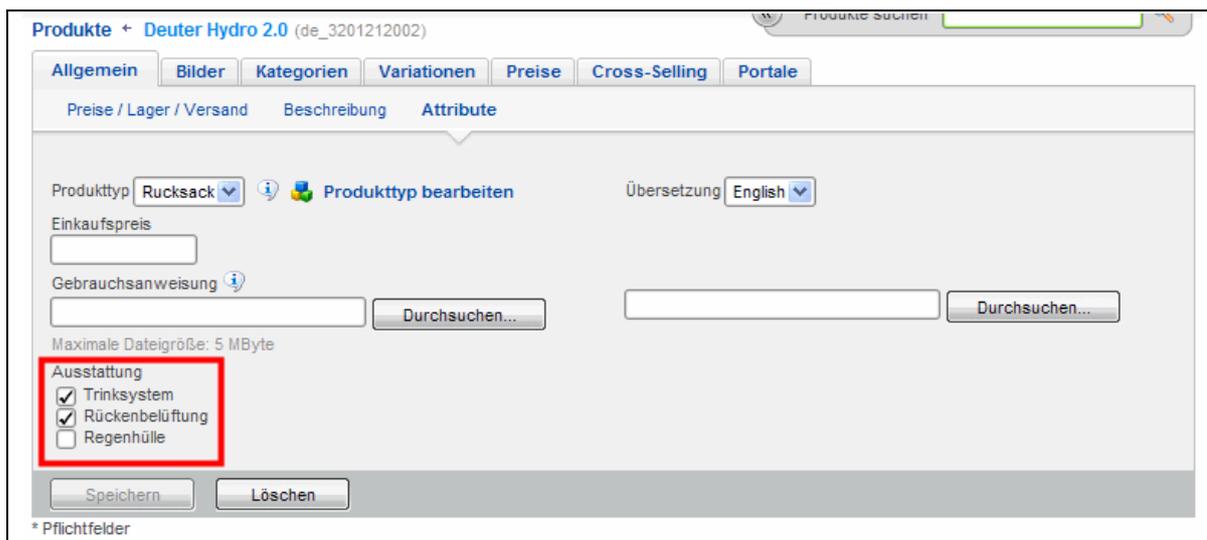


Abbildung 5: Attributtyp Optionen

Beim Anlegen eines Produktes dieses Typs wird die Ausstattung dieses Produkts über die Kontrollkästchen abgebildet.

Bearbeitung von Textfeldern

Textfelder sind Eingabefelder zur Erfassung längerer Texte. Sie enthalten zum Beispiel die Beschreibungen für Produkte oder die Texte von Newslettern. Solche Texte können Sie formatieren, um die Anzeige attraktiver zu gestalten. Für die Formatierung gibt es folgende Möglichkeiten:

- Verwendung des integrierten WYSIWYG-Editors, siehe *WYSIWYG-Editor, unten*
- Verwendung von HTML-Formatierungsanweisungen direkt im Text

Textfelder, die formatiert werden können, erkennen Sie an der Schaltfläche **Text bearbeiten** über dem entsprechenden Feld.

Wenn Sie in der Seitenvorschau arbeiten, gibt es zusätzlich die Möglichkeit des Inline-Editings. Hier bearbeiten Sie Texte direkt in der Seitenansicht. Zur Formatieren benutzen Sie WYSIWYG-Formatierungsfunktionen in der Multifunktionsleiste. Siehe dazu *Vorschauansicht, Seite 95* und *Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 96*. Beim Inline-Editing können Sie HTML-Code nicht direkt verwenden. Wollen Sie an der Stelle HTML-Code eintragen, rufen Sie die Funktion **HTML bearbeiten** in der Multifunktionsleiste auf.

WYSIWYG-Editor

Das Programm bietet eine komfortable Lösung für die Gestaltung der Textfelder – einen WYSIWYG-Editor. WYSIWYG (What You See Is What You Get) bedeutet, dass Sie Text schon beim Bearbeiten so angezeigt bekommen, wie er später veröffentlicht wird. Das hat für Sie den großen Vorteil, dass Sie ohne Kenntnis der Formatierungsanweisungen Texte einfach und professionell gestalten. Sie können Bilder, Links und Tabellen einfach einfügen.

Sie rufen den Editor auf, indem Sie auf die Schaltfläche **Text bearbeiten** eines Textfeldes klicken. Dadurch öffnet sich der Editor in einem neuen Fenster und der Text aus dem Feld wird übernommen

Um den Editor zu beenden und den formatierten Text wieder in das Ausgangstextfeld zu übernehmen, klicken Sie auf **Übernehmen**. Dadurch wird der Text im Feld gespeichert.

Zur Farbauswahl lesen Sie *Farbwähler, Seite 30*.

Unter *Einfügen* finden Sie alle Funktionen zum Einfügen und Bearbeiten von Tabellen, Links, Dateien, Bildern und anderen Multimedia-Elementen.

Bild/Video einfügen und bearbeiten

Bilder und Videos fügen Sie über den Dateimanager ein, siehe dazu *Dateiverwaltung, Seite 31*.

Ein Bild fügen Sie wie folgt ein:

1. Klicken Sie auf das Symbol für Bild *einfügen/bearbeiten*.
2. Wählen Sie das Bild im Dateimanager aus.
3. Klicken Sie im Dateimanager auf **Übernehmen**, um das Bild in den WYSIWYG-Editor einzufügen.

Die Eigenschaften eines Bildes bearbeiten Sie wie folgt:

1. Klicken Sie auf das Bild.
2. Klicken auf das Symbol *Bild einfügen/bearbeiten*.
3. Bearbeiten Sie die Eigenschaften.
4. Klicken Sie **Übernehmen**, um die Änderungen für das Bild zu speichern.

Für das Einfügen von Videos oder Flash-Dateien gehen Sie analog vor.

Beachten Sie folgende Hinweise:

- Im Feld *Bild-URL* ist die Adresse der Bild-Datei eingetragen. Falls Sie ein Bild mit einer absoluten URL anzeigen wollen, geben Sie diese in der Form *http://...* ein. Soll das Bild auf einer Seite angezeigt werden, die über *https://* geladen wird, muss die Bild-URL auch *https://* enthalten. Sonst wird im Browser eine Warnung über unsichere Inhalte angezeigt. Im Shop sind z.B. die Seiten nach dem Warenkorb *https*-Seiten.
- Erfassen Sie Bildbeschreibung und Titel. Die Beschreibung ist für Suchmaschinen wichtig.

Multimedia-Elemente einfügen und bearbeiten

Multimedia-Elemente sind aktive Elemente, welche Sie in Ihre Webseite einbinden können, um diese repräsentativer zu gestalten oder um externe Inhalte einzubinden. Dabei handelt es sich um Flash-Dateien, RSS-Feeds und so genannte Gadgets.

Ein Multimedia-Element fügen Sie wie folgt ein:

1. Klicken Sie auf die Schaltfläche des gewünschten Typs.
2. Wählen Sie das Element aus der Liste.
3. Tragen Sie auf der Detailseite die geforderten Parameter ein.
4. Klicken Sie auf **Aktualisieren**, um die Vorschau anzuzeigen.
5. Klicken Sie **Einfügen**, um das Element in das Textfeld einzufügen.

Flash-Seiteninhalte

Flash-Seiteninhalte enthalten animierte Grafiken. Der Benutzer muss für seinen Browser einen Flash-Player installiert haben, damit die Flash-Dateien abgespielt werden können. Flash Dateien dienen z. B. als Werbebanner oder zur Visualisieren komplexer Inhalte als Animation.

EyeCatcher sind Flash-Vorlagen für kleinere Bereiche, welche sich in den Inhalt der Seite integrieren lassen und die Aufmerksamkeit des Besuchers auf eine bestimmte Stelle lenken sollen.

In *Intro* finden Sie Flash-Vorlagen, welche größer als die EyeCatcher sind. Sie dominieren die Seite. Das sind auch die Vorlagen, welche Sie als Intro vor Ihre Startseite einfügen können. Siehe dazu *Intro, Seite 101*.

Gadgets

Gadgets sind verschiedene Funktionen, welche Sie in Ihre Webseite integrieren können. Damit bieten Sie Ihren Webseitenbesuchern zusätzliche Informationen, Service oder Unterhaltung an. Solche Gadgets sind z.B. Fahrplanauskunft, Verkehrsinformationen oder Google Maps.

RSS-Seiteninhalte

RSS-Seiteninhalte (RSS-Feeds) sind Listen mit Kurznachrichten, welche Sie in Ihre Webseite einbinden können. Sie sind vergleichbar mit einem Nachrichten-Ticker. In einem RSS-Feed werden Nachrichten in Überschriften kurz angerissen. Ein Link führt zur kompletten Nachricht. RSS-Feeds gibt es von vielen Anbietern zu verschiedenen Themen.

Auf der Webseite kann der Benutzer über eine Aktualisierungsschaltfläche neue Feeds laden.

Verknüpfung einfügen / Verknüpfung entfernen

Eine Verknüpfung fügen Sie wie folgt ein:

1. Markieren Sie den Text für die Verknüpfung
2. Klicken Sie auf die Schaltfläche zum Einfügen einer Verknüpfung
3. Tragen Sie eine Internetadresse ein oder wählen Sie eine Seite aus.
4. Markieren das Kontrollkästchen, wenn die verknüpfte Seite in einem eigenen Fenster geöffnet werden soll.
5. Klicken Sie **Übernehmen**, um die Verknüpfung in das Textfeld einzufügen.

Im unteren Teil der Seitenauswahlliste sind auch alle Anker aufgeführt, die Sie in dem Text gesetzt haben.

Um eine Link-Zuweisung wieder aufzuheben, positionieren Sie den Cursor auf dem Link und klicken auf das Symbol. Der Link wird gelöscht, der Text verliert die Link-Funktion.

Anker einfügen

Über diese Funktion legen Sie Zielmarken im Text fest, die über spezielle Links angesprungen werden können.

Klicken Sie auf das Symbol, um einen Anker festzulegen. Tragen Sie in das Feld *Ankername* den Namen des Ankers ein und klicken Sie auf **Einfügen**.

Um einen Link einzufügen, dessen Ziel ein Anker ist, gehen Sie vor, wie in *Verknüpfung einfügen / Verknüpfung entfernen*, oben beschrieben. Wählen Sie dabei in der Seitenauswahlliste den betreffenden Anker aus.

Hochladen von Bildern

Bilder werden grundsätzlich über den *Datei öffnen*-Dialog hochgeladen. Dazu wird auf den entsprechenden Seiten entweder die Schaltfläche **Datei hochladen** oder ein passendes Symbol angezeigt.

Es gibt folgende Verfahren, um Bilder zu laden:

- Über den *Datei hochladen*-Dialog

Hier wählen Sie im *Datei öffnen*-Fenster die betreffenden Dateien aus laden diese direkt hoch. An manchen Stellen kann beim Hochladen der Bilder eine Größenanpassung durchgeführt werden. Dann wird ein entsprechendes Kontrollkästchen mit angezeigt.

- Über die Dateiverwaltung

Es wird die Dateiverwaltung geöffnet. Sie wählen die gewünschte Datei direkt aus der Dateiliste. Siehe dazu *Dateiverwaltung, Seite 31*. Sie können nur auf Dateien des Typs zugreifen, der für die aktuelle Aktion zugelassen ist.

Hinweis: Mit Hilfe des *Datei öffnen*-Dialogs können Sie auch externe Bilder hochladen. Geben Sie dazu im Feld für den Dateinamen die externe URL des Bildes an (<http://...>). Soll das Bild auf einer Seite angezeigt werden, die über <https://> geladen wird, muss die Bild-URL auch <https://> enthalten. Sonst wird im Browser eine Warnung über unsichere Inhalte angezeigt. Im Shop sind z.B. die Seiten nach dem Warenkorb [https](https://)-Seiten.

Für Hintergrundbilder gibt es einige Besonderheiten zu beachten. Lesen Sie dazu *Besonderheiten für Hintergrundbilder, Seite 117*.

Farbwähler

Der Farbwähler ist ein Werkzeug zur Farbauswahl. An allen Stellen, wo Farben für Texte, Hintergründe usw. definiert werden, wird der Farbwähler verwendet.

Alle Elemente, für welche Farben gesetzt werden können, sind durch ein entsprechendes Symbol gekennzeichnet, welches die aktuelle Farbe anzeigt. Durch Klicken auf dieses Symbol wird der Farbwähler in einem neuen Fenster geöffnet.

Auf der rechten Seite werden die aktuelle Farbe mit ihren Parametern, ein Set dazu passender Farben und Ihre benutzerdefinierten Farben angezeigt. Auf der Karteikarte **Farbwähler** ist die aktuelle Farbe durch einen Kreis markiert.

Farbwähler

Sie haben folgende Möglichkeiten, eine Farbe einzustellen:

- Direkteingabe

Bei der Direkteingabe erfassen Sie den Farbcode im Feld #in der Form RRGGBB (RR- Rotanteil, GG – Grünanteil, BB – Blauanteil) mit führendem Doppelkreuz (#). Geben Sie das Doppelkreuz nicht ein, wird es bei gültigen Farbcodes nach dem Speichern automatisch ergänzt. Weiterhin können Sie Helligkeits- und Sättigungswerte eintragen. Auf die Codierung von Farben in HTML soll hier nicht weiter eingegangen werden. Lesen Sie dazu bitte entsprechende Fachliteratur.

- Auswahl über die Farbpalette

Hier wählen Sie mit der Maus die Farbe. Mit Hilfe des vertikalen Schiebereglers wählen Sie die Farbe, welche im Farbfeld angezeigt wird. Im Farbfeld stellen Sie den entsprechenden Farbton ein. Die aktuell gewählte Farbe wird im großen Kasten auf der rechten Seite angezeigt.

Um die aktuelle Farbe zu übernehmen, klicken Sie auf **Übernehmen**.

Farbreihen / Passende Farben

Auf der Karteikarte **Farbreihen** sehen Sie mehrere verschieden Farbreihen. Dabei handelt es sich um Ergänzungsfarben, welche aus farbtheoretischer Sicht optimal zur aktuellen Farbe passen. Die Reihen werden nach design-technischen Grundregeln berechnet. Sie können einen Typ auswählen. Die entsprechenden Farben dieser Reihe werden immer rechts neben dem Kasten mit der aktuellen Farbe angezeigt. Wollen

Sie eine Farbe aus dieser Reihe als aktuelle Farbe einstellen, klicken Sie auf das entsprechende Kästchen. Es ist immer die Reihe aktiv, welche Sie als letzte ausgewählt haben.

Benutzerdefinierte Farben

In den Feldern für benutzerdefinierte Farben können Sie die Farben abspeichern, welche Sie immer wieder benutzen wollen. Um eine Farbe abzuspeichern, ziehen Sie die aktuelle Farbe aus dem Kasten mit der Maus (Drag & Drop) in eines der benutzerdefinierten Farbfelder. Ein Teil der benutzerdefinierten Farben werden initial durch Ihre gewählte Designvorlage eingetragen.

Um eine benutzerdefinierte Farbe als aktuelle Farbe einzustellen, klicken Sie einfach auf das entsprechende Farbkästchen. Dadurch wird die Farbe im Kasten für die aktuelle Farbe angezeigt und kann übernommen werden.

Dateiverwaltung

Mit Hilfe der Dateiverwaltung können Sie Dateien verschiedenen Typs hochladen und strukturiert verwalten. Auf diese Dateien können Sie z. B. aus dem WYSIWYG-Editor heraus zugreifen. Logo und Hintergrundbilder laden Sie ebenfalls aus der Dateiverwaltung.

Die Dateiverwaltung ist in zwei Hauptordner *Eigene Dateien* und *Bilddatenbank* geteilt.

Unter dem Hauptordner *Eigene Dateien* können Sie eine Ordnerstruktur aufbauen, in der Sie Ihre Dateien sortiert ablegen. Aus dieser Struktur übernehmen Sie die gewünschte Datei in den Text.

Die Bilddatenbank wird durch Ihren Provider bereitgestellt. Darin finden Sie eine Auswahl an Bildern, welche Sie direkt in den Text oder in Ihre eigene Struktur übernehmen können.

Im linken Teil der Dateiverwaltung sehen Sie die Ordnerstruktur. Im rechten Teil sind die Dateien aufgelistet.

Wenn Sie einen Ordner auswählen, werden Ihnen die Aktionen angezeigt, welche für diesen Ordner zur Verfügung stehen. Folgende Funktionen können ausgeführt werden:

- Neuen Ordner anlegen
- Ordner umbenennen
- Ordner löschen

Um Dateien hochzuladen, klicken Sie auf **Dateien hochladen**. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 29*. Für Dateien stehen außerdem folgende Funktionen zur Verfügung:

- Löschen
- Ausgewählte Dateien löschen
- Herunterladen
- Dateien umbenennen
- Dateien kopieren

Zu Kopieren von Dateien gehen Sie wie folgt vor:

1. Markieren Sie den Zielordner.
2. Wählen Sie in der Bilddatenbank einen Ordner.
3. Markieren Sie die entsprechenden Bilder.
4. Klicken Sie **Dateien kopieren**.

Import und Export

Nutzen Sie die Import- und Export-Funktionen, um Daten mit anderen Systemen auszutauschen. Das bietet sich an, wenn Sie Ihre Daten in einem anderen System oder Programm aufbereitet haben und diese in die Webseite übernehmen wollen, siehe dazu ergänzend *Import, Seite 33*. Oder umgekehrt, Sie wollen die Daten aus der Webseite auch in anderen Systemen verwenden, siehe dazu ergänzend *Export, unten*.

Für Import und Export werden CSV-Dateien verwendet. Eine CSV-Datei ist eine einfache Text-Datei, in der die einzelnen Werte durch ein festgelegtes Trennzeichen getrennt aufgelistet sind. Pro Objekt gibt es eine Zeile in der Datei. Zu CSV-Dateien siehe auch *Bearbeitung von CSV-Dateien mit Microsoft Excel, Seite 33*. Die Nutzung einer Exportdatei als Vorlage für den Import garantiert auch eine korrekte Schreibweise der Feld- bzw. Spaltennamen.

Auf die Besonderheiten beim Import und Export der einzelnen Objekttypen wird in den jeweiligen Kapiteln eingegangen.

Hinweis: Bevor Sie eine Datei mit vielen Datensätzen importieren, empfehlen wir den Testimport einer Datei mit einem oder wenigen Datensätzen.

Export

Für den Export gibt es folgende Möglichkeiten:

- Export ausgewählter Objekte per Stapelverarbeitungsaktion.

Für diesen Fall gibt es in den entsprechenden Tabellen, z. B. Produkte oder Kunden, die Stapelverarbeitungsaktion *Exportieren*. Damit exportieren Sie die in der Tabelle markierten Objekte. Zu Stapelverarbeitungsaktionen lesen Sie *Stapelverarbeitung in Tabellen, Seite 22*.

- Exportieren aller Objekte eines Typs über den Untermenüpunkt **Import und Export**.

Die einzelnen Felder haben für den Export folgende Bedeutung:

Tabelle 2: Parameter für den Export von Produktdaten

Feldname	Bedeutung
Objekttyp	
Formatierung	Regionale Einstellung für das Datenformat in der Exportdatei, zum Beispiel für Währungs- oder Zeitangaben. Durch die Auswahl wird auch das entsprechende Trennzeichen vorgegeben.
Kodierung	Auswahl des zu verwendenden Zeichensatzes. Dabei ist <i>Standard</i> der Standardzeichensatz der Administrationssprache. Verwenden Sie noch andere Zeichen, stellen Sie Unicode ein. Anderenfalls werden diese Zeichen als Fragezeichen dargestellt.
Trennzeichen	Trennzeichen für die Abgrenzung der Datenfelder in der Exportdatei Diese Einstellung überschreibt die Trennzeichen-Einstellung, welche über <i>Formatierung</i> vorgegeben wird.
Sprachen	Einstellung, welche Sprache für den Export verwendet werden

Nachdem Sie alle Einstellungen vorgenommen haben, klicken Sie auf **Exportieren**, um den Exportprozess zu starten.

Hinweis: Durch bestimmte Funktionen der Anwendung werden neue Browser-Fenster geöffnet. Dafür muss für Ihren Browser das Öffnen von Popup-Fenstern zugelassen sein. Anderenfalls lassen sich diese Funktionen nicht nutzen.

Import

Für den Import müssen Sie zuerst eine entsprechende CSV-Datei erstellen. Besonders wichtig ist die Verwendung der korrekten Bezeichnung in den Feldnamen der Kopfzeile.

Die Feldnamen in der Kopfzeile bestehen aus zwei Teilen, dem Namen und dem Bezeichner. Der Name entspricht dem Namen der Felder z. B. in der Produktdetailansicht. Diese Bezeichnung können Sie bei Bedarf ändern. Die internen Namen (Bezeichner) sind in eckige Klammern eingeschlossen und dürfen **keinesfalls** geändert werden. Sie können auch die Spalten vertauschen. Dabei muss aber jede Spalte ihre Überschrift behalten.

Hinweis: Nehmen Sie eine Exportdatei als Muster, um eine korrekte Kopfzeile als Vorbild zu erhalten.

Für die Werte in der Importdatei gelten folgende Festlegungen:

- Wenn eine Spalte in der Importdatei nicht vorhanden ist, werden die Werte in der Datenbank nicht geändert.
- Ist eine Spalte in der Importdatei vorhanden und enthält aber für einen oder mehrere Datensätze keine Werte, dann werden die entsprechenden Werte in der Datenbank gelöscht.
- Ist ein Spalte in der Importdatei vorhanden und enthält Werte, dann werden die Werte in der Datenbank werden durch die Werte aus der Datei ersetzt.

Die einzelnen Felder haben für den Import folgende Bedeutung:

Tabelle 3: Parameter für den Import von Produktdaten

Feldname	Bedeutung	Feldtyp	Beispiel
Objekttyp		Auswahlfeld	
Formatierung	Festlegung, wie Zahlen-, Währungs- und Zeitformate beim Import interpretiert werden Durch die Auswahl wird auch das entsprechende Trennzeichen vorgegeben.	Auswahlfeld	
Trennzeichen	Trennzeichen-Festlegung für die Abgrenzung der Datenfelder in der Importdatei Diese Einstellung überschreibt die Trennzeichen-Einstellung, welche über <i>Formatierung</i> vorgegeben wird.	Auswahlfeld	
Sprachen	Keine Bedeutung für Import	Auswahlfeld	
CSV-Importdatei	In dieses Feld tragen Sie den Namen der Importdatei ein. Klicken Sie auf Durchsuchen , um die Datei zu suchen. Die Größe der Importdatei ist begrenzt. Der aktuelle Maximalwert wird unterhalb des Eingabefeldes angezeigt.	Eingabefeld, alphanumerisch	C:\temp\import.csv

Nachdem alle Parameter korrekt gesetzt sind, starten Sie den Import mit **Importieren**. Treten während des Imports Probleme auf, erhalten Sie eine entsprechende Anzeige. Bei großen Dateien wird die Gesamtzahl der Fehler auf 100 Fehlermeldungen begrenzt.

Bearbeitung von CSV-Dateien mit Microsoft Excel

CSV-Dateien können z. B. mit Microsoft Excel bearbeitet werden. Durch die in Microsoft Excel eingestellte automatische Zellenformatierung können manche Daten falsch interpretiert und dargestellt werden. Das gilt unter anderem für folgende Beispiele:

- Lange Zahlen können in Exponentialschreibweise dargestellt werden (z. B. Telefonnummern, aus 123456789123654 wird 1, 234567 E+14).
- Datumsangaben und Zeitangaben können als Zahlen dargestellt werden (z.B. aus 02.05.2008 wird 39570).
- Führende Nullen in Zahlen können gelöscht werden (z. B. bei PLZ, aus 07743 wird 7743).

In solchen Fällen müssen Sie die entsprechenden Zelle/Spalten prüfen und die Formatierung so korrigieren, dass sie den Vorgaben aus der Exportdatei entsprechen. Stellen Sie zum Beispiel die Formatierung für die entsprechenden Zellen auf *Text*. Oder Sie benutzen ein anderes Programm zur Bearbeitung Ihrer Importdateien.

Einrichtungsassistent

Der Einrichtungsassistent hilft Ihnen, Ihre Webseite in wenigen Schritten einzurichten. Ohne lange Einarbeitung legen Sie hier das Design fest, nehmen die Grundeinstellungen vor und erfassen die wichtigsten Daten.

Alle Einstellungen, die Sie hier vornehmen, können Sie bei Bedarf später jederzeit ändern.

Der Einrichtungsassistent startet nach jedem Anmelden automatisch, bis Sie ihn einmal komplett durchlaufen haben. Über **Einstellungen** » **Einrichtungsassistent** rufen Sie ihn manuell auf.

Sind für einige Felder bereits Werte vorhanden, sind diese voreingetragen.

Folgende Schritte führen Sie im Assistenten aus:

1. Thema und Design

Hier haben Sie verschiedenen Designs zur Auswahl. Die Designs sind nach verschiedenen Branchen und Themen geordnet.

Wählen Sie eine Vorlage aus einem Themengebiet, welches zu Ihren Vorstellungen passt. Zur Vorlagenauswahl lesen Sie *Vorlagen, Seite 127*.

2. Seiten und Inhalte

Das ausgewählte Design beinhaltet eine Grundstruktur von Webseiten mit grundlegenden Inhalten. Diese Grundstruktur wird auf der linken Seite angezeigt. Ist ein Kontrollkästchen markiert, so ist die dazugehörige Seite in Ihrer aktuellen Webseite bereits vorhanden.

Die Struktur Ihrer aktuellen Webseite mit den Seiten sehen Sie auf der rechten Seite. Seiten, welche vorher schon zur Webseite gehörten, bleiben erhalten.

Die Grundlagen zur Bearbeitung der Struktur und der einzelnen Seiten lesen Sie *Inhalt, Seite 95*.

3. Kontaktdaten und Präsentation

Hier erfassen Sie die Kontaktdaten für Ihre Webseite. Diese werden als Webseitenadresse und teilweise als initiale Einträge für das Impressum verwendet.

Die angegebene E-Mail-Adresse wird in die E-Mail-Einstellungen übernommen, aus den anderen Daten wird eine E-Mail-Signatur erstellt. Weiterhin wird die E-Mail-Adresse für einige E-Mail-Ereignisse als Bcc-Adresse eingesetzt, damit Sie in diesen Fällen automatisch eine Nachricht erhalten.

Zusätzlich legen Sie die Sprachen Ihrer Webseite fest. In diesen Sprachen werden die Seiten angezeigt. Zur Einstellung der Sprachen lesen Sie *Sprachen, Seite 58*.

Weiterhin können Sie ein Logo für Ihre Webseite laden. Siehe dazu auch *Hochladen von Bildern, Seite 29*.

Klicken Sie auf **Weiter** oder **Zurück**, um die nächste beziehungsweise vorherige Seite aufzurufen.

4. Einstellungen für Ihren Shop

Hier legen Sie fest, nach welchem Steuermodell die Preise im Shop angezeigt und berechnet werden und nach welchem Steuermodell Sie die Preise in der Administration erfassen. Zum Steuermodell siehe auch *Steuermodell, Seite 45*.

Ihre Shop-Statistiken werden über den Anbieter *etracker* erstellt und ausgewertet. Wenn Sie noch kein *etracker*-Konto eingerichtet haben, können Sie hier automatisch ein *etracker*-Konto einrichten lassen. Markieren Sie dazu das entsprechende Kontrollkästchen und geben ein Kennwort ein. Zu *etracker*-Statistiken lesen Sie *etracker-Statistiken, Seite 143*.

5. Fertigstellen

Auf der Seite werden Ihnen alle erfassten Daten zur Kontrolle angezeigt.

Danach wird Ihnen die Startseite Ihrer Webseite im ausgewählten Design in einem neuen Fenster angezeigt. In der Administration sehen Sie eine Seite mit Vorschlägen für die nächsten Arbeitsschritte.

Kurz-URL

Kurz-URL sind kurze, aussagekräftige Internetadressen einer Webseite. Sie sind für die Anwender viel leichter und komfortabler zu handhaben als die langen, kryptischen URL, die vom System generiert werden. Hier zwei URL zur selben Webseite im Vergleich:

Lange URL

- http://www.shopdomain.de/epages/shopname.sf/de_DE/?ObjectPath=/Shops/shopname/Products/lt_0401107001

Kurz-URL

- <http://www.shopdomain.de/Leatherman>

Der Vergleich zeigt die Vorteile einer Kurz-URL:

- Der Kunde kann die URL leichter und schneller lesen.
- Der Kunde kann die URL auf der Seite mit den Google-Suchergebnissen besser erfassen.
- Der Kunde kann sich die URL merken.
- Der Kunde kann schon vom Namen auf den Inhalt der Seite schließen.

Sie können Kurz-URL für Produkt-, Kategorie- und Informationsseiten vergeben. Voraussetzung für die Vergabe von Kurz-URL ist eine eigene Domain für Ihre Webseite.

Sie können die Kurz-URL für alle relevanten Seiten mit einer Aktion aus der Startseite der Administration heraus erzeugen. Nachträglich können Sie die Kurz-URL in den allgemeinen Details der relevanten Seiten manuell erzeugen bzw. bearbeiten.

Anlegen der Kurz-URL für alle Seiten

Stellen Sie sicher, dass Ihr Provider für Ihre Webseite eine eigene Domain eingetragen hat.

Die Kurz-URL für alle Seiten richten Sie wie folgt ein:

1. Rufen Sie die Startseite Ihrer Webseiten-Administration auf.
2. Klicken Sie auf **Kurz-URL jetzt erzeugen**.
3. Lesen Sie den Dialog aufmerksam und klicken Sie **Kurz-URL erzeugen**.

Die Kurz-URL für einzelne Seiten bearbeiten Sie wie folgt:

1. Rufen Sie die allgemeinen Details einer entsprechenden Seite auf, z.B. Produkt oder Kategorie.
2. Tragen Sie in das Eingabefeld im Bereich *Kurz-URL* einen aussagekräftigen Namen ein, z.B. den Produktnamen.
3. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Falls Sie die URL über andere Kanäle verteilen möchten, klicken Sie auf **Verknüpfung nach außen geben**. Die URL wird Ihnen in Normalform und im HTML-Format angezeigt. Kopieren Sie die URL und fügen Sie sie in andere Medien ein.

4. Administratordaten

Hier bearbeiten Sie die persönlichen Einstellungen, welche Sie für die Arbeit in der Administration benötigen. Das sind z. B. die Zugangsdaten zur Administration oder die E-Mail-Adresse, unter der Sie Benachrichtigungen von System erhalten.

Zum großen Teil entsprechen diese Administratordaten den allgemeinen Anmeldedaten für Administratoren, siehe *Administratordetails – Anmeldedaten, Seite 44*.

Das Feld *Anmelden erlauben* entfällt, damit Sie sich selbst als Administrator nicht aussperren können.

Eine zusätzliche Einstellung ist die Option *Hilfethemen für nicht besuchte Seiten immer anzeigen*. Damit steuern Sie die Anzeige der Hilfethemen. Stellen Sie *Ja* ein, werden für jede Seite, welche zum ersten Mal aufgerufen wird, die Hilfethemen angezeigt. Siehe dazu *Seitenleiste, Seite 18*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Achtung: Ist die Option *Automatisches Anmelden mit Cookie* eingeschaltet, haben alle Benutzer Ihres Rechners Zugang zur Administrationsebene. Achten Sie daher darauf, dass in diesem Fall nur autorisierte Personen Zugriff zu Ihrem Rechner haben.

Hinweis: Für die Webseite können unter Umständen mehr Sprachen zur Auswahl stehen als für die Administration.

Sicherheitsabfrage für Löschaktionen

Bei jeder Löschaktion werden Sie aus Sicherheitsgründen zu einer zusätzlichen Bestätigung aufgefordert. Der Löschvorgang wird erst nach Ihrer Bestätigung ausgeführt. Diese Sicherheitsabfrage können Sie mit Hilfe des Kontrollkästchens *Sicherheitsabfrage für Löschaktionen* abschalten.

Achtung: Wenn Sie das Kontrollkästchen *Sicherheitsabfrage für Löschaktionen* deaktivieren, werden alle Löschaktionen ohne Rückfrage sofort ausgeführt. Sie haben dann keine Möglichkeit mehr, diese Aktion abubrechen. Das Deaktivieren wird nur erfahrenen Benutzern empfohlen.

5. Einstellungen

Allgemeine Einstellungen

Über die allgemeinen Einstellungen verwalten Sie die Adresse Ihrer Webseite und pflegen die Geschäftszeiten. Weiterhin steuern Sie den Kundenzugang zu Ihrer Webseite, die Darstellungsgeschwindigkeit einzelner Seiten und kontrollieren die Auslastung Ihrer Lizenz.

Status

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Status

Für die Bearbeitung des Status Ihrer Webseite stehen folgende Karteikarten zur Verfügung:

Präsentation

Hier bearbeiten Sie Name und Slogan für Ihre Webseite. Platzieren Sie diese Daten mit Hilfe des Seitenelements *Name der Webseite mit Slogan*. Sie werden üblicherweise im Bereich *Kopfzeile* angezeigt, siehe *Gestaltungsgrundlagen, Seite 115*.

Hier können Sie ein Bild für Ihr Webseitenlogo in optimaler Größe direkt hochladen, siehe auch *Hochladen von Bildern, Seite 29*. Platzieren Sie das Logo mit Hilfe des Seitenelements *Logo*. Es wird üblicherweise im Bereich *Kopfzeile* angezeigt.

Das Favicon ist ein kleines Bild, welches in der Adressleiste des Browsers links neben der Internetadresse der Webseite (URL) angezeigt wird. Die Datei sollte in der Größe 16x16 oder 32x32 Pixel bereitgestellt werden. Sie haben folgende Möglichkeiten, das Favicon zu erstellen:

- Direkt aus dem Logo: Klicken Sie dazu auf den Link **Eigenes Favicon aus Logo erstellen**.
- Erstellen aus einem anderen Bild: Laden Sie das Bild direkt, siehe *Hochladen von Bildern, Seite 29*. Hierfür können nur Bilder des Typs *.ico oder *.cur geladen werden.

Status

Sie können Ihre Webseite schließen. Anstelle der Webseite wird dann eine entsprechende Mitteilung angezeigt. Den Inhalt der Mitteilung können Sie bearbeiten. Wenn Sie keinen eigenen Text bereitstellen, wird eine Standardmitteilung angezeigt.

Erweiterte Einstellungen

Sie haben die Möglichkeit, im Header-Bereiches des HTML-Codes jeder Seite eigenen Code einzufügen. Das können z. B. eigene Style-Anweisungen sein.

So können Sie zum Beispiel Anweisungen eintragen, welche die Verfügbarkeitsanzeige für Produkte ausblenden. Tragen Sie den Code in das Textfeld ein und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Achtung: Benutzen Sie diese Funktion nur, wenn Sie ein erfahrener Nutzer sind. Fehler im Code können die Funktion der gesamten Webseite beeinträchtigen.

Seiten-Cache (Cache)

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Seiten-Cache

Hiermit steuern Sie die Anzeigegeschwindigkeit Ihrer Seiten.

Die Seiten, die Ihren Kunden angezeigt werden, können statische oder dynamische geladen werden. Dynamische Inhalte sind Daten und Informationen, die erst kurz vor der Anzeige der Seite aus der Datenbank

gelesen und in die Seite eingefügt werden, um stets aktuelle Werte anzuzeigen. Dies sind Daten wie Preise oder Mengen.

Seiten, deren Inhalt sich selten ändert, können für die Anzeige zwischengespeichert und somit schneller angezeigt werden.

Ihre Kunden und auch Suchmaschinen erwarten aktuelle Seiten mit kurzen Ladezeiten. Deshalb gilt es, ein Optimum zwischen aktuellen Inhalten und schneller Verfügbarkeit der Seite zu finden.

Mit Hilfe des Seiten-Cache (Cache) stellen Sie ein, wie oft bestimmte Seiten aktualisiert werden. Wichtig für Ihre Entscheidung dabei ist, wie oft Sie die Daten aktualisieren.

Wenn Sie zum Beispiel die Preise für Ihre Produkte wöchentlich ändern, reicht es aus, die Produkt- und Kategorieseiten sowie die Statistik jede Woche nach den Preisänderungen zu aktualisieren. Während der restlichen Zeit können diese Seiten aus dem Zwischenspeicher geladen werden.

Gleiches gilt für die Lagerdaten. Wenn die Lagerbestände der Produkte für die Anzeige im Shop ausgewertet und angezeigt werden, muss der Seiten-Cache so eingestellt sein, dass nach Lagermengenänderungen (Bestellprozess) die entsprechenden Seiten aktualisiert werden. Siehe dazu auch *Lager, Seite 64*.

Der Status des Seiten-Cache wird im Administratormenü angezeigt, siehe *Administrationsnavigation, Seite 17*.

Über das Kontrollkästchen *Seiten-Cache aktivieren...* schalten Sie den Seiten-Cache generell an oder aus.

Wählen Sie bei eingeschaltetem Seiten-Cache Ihre bevorzugten Aktivierungsintervalle für die angegebenen Seiten. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Haben Sie größere Änderungen an Daten und Informationen vorgenommen, können Sie alle Seiten mit einem Mal aktualisieren. Klicken Sie dazu auf **Sofort aktualisieren**.

Hinweis: Falls Sie in der Administration Änderungen vornehmen und diese auf der Webseite nicht sofort sichtbar sind, prüfen Sie das eingestellte Gültigkeitsintervall. Starten Sie im Bedarfsfall die Aktion *Sofort aktualisieren*.

Weiterhin sollten Sie Folgendes berücksichtigen:

- Der Seiten-Cache gilt nur für nicht angemeldete Benutzer.
- Kunden sehen die Änderungen erst, nachdem der Administrator die Aktualisierung gestartet hat oder diese automatisch durchgeführt wurde.

Wir empfehlen, während der Einrichtungsphase der Webseite den Seiten-Cache zu deaktivieren, um die häufigeren Änderungen sofort wirksam werden zu lassen. Wenn Sie in den *Live*-Betrieb übergehen, aktivieren Sie das Kontrollkästchen und stellen die maximal möglichen Gültigkeitsintervalle ein.

Auslastung

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Auslastung

Für Ihre Webseite ist ein bestimmter Funktionsumfang mit festgelegten Grenzwerten definiert. Auf der Karteikarte **Auslastung** sehen Sie, welche Funktionen in welchem Umfang zur Verfügung stehen und wie weit Sie die Grenzwerte ausgeschöpft haben.

Wenn Sie die Grenzwerte erreichen oder neue Funktionen nutzen wollen, wenden Sie sich an Ihren Provider.

Adresse

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Adresse

Diese Daten werden benutzt, wenn die Adressangaben für die Webseite nach außen gegeben werden. Das ist zum Beispiel die Absenderadresse auf Rechnungen und Lieferscheinen. Weiterhin werden diese Angaben verwendet, wenn Adressdaten an Drittsysteme übergeben werden müssen, wie bei der Registrierung für Produktportale wie Pangora oder Kelkoo.

Im Feld *Zusätzlicher Text* erfassen Sie Zusatzinformationen zu Ihrer Webseite wie z. B. Bankverbindung. Diese Informationen werden in allen Bestelldokumenten unterhalb der Shop-Adresse mit angezeigt.

Geschäftszeiten

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Geschäftszeiten

Auf dieser Seite verwalten Sie Ihre allgemeinen Geschäftszeiten. Dies sind die Zeiten, zu denen Sie gewöhnlich Dienstleistungen anbieten oder die Ihre Kunden buchen können. Die Zeiten auf dieser Seite sind die zentral gepflegten Standardzeiten. Diese gelten z. B. für das Buchungssystem als Voreinstellung und können für einzelne Buchungen überschrieben werden.

Sie können für alle Wochen die gleichen Zeiten festlegen oder für gerade und ungerade Wochen unterschiedliche Zeiten eintragen.

Für die Eingabe der Zeiten gilt Folgendes:

- Eine Zweiteilung des Tages ist möglich, es kann pro Tag eine Vormittags- und eine Nachmittagsöffnungszeiten festgelegt werden.
- Für eine ganztägige Geschäftszeit tragen Sie von 00 bis 00 ein (nicht 00 bis 24)
- Die Endzeit muss immer größer sein als die Anfangszeit. Um also eine Geschäftszeit von 22 Uhr bis 4 Uhr morgens festzulegen, tragen Sie ein: 22 - 0 für den Abend und für den folgenden Tag 0 - 4.

Um die Geschäftszeiten auf der Webseite anzuzeigen, müssen Sie eine Seite vom Typ *Geschäftszeiten* anlegen und sichtbar schalten. Siehe dazu auch *Geschäftszeiten, Seite 104*. Zusätzlich können Sie das Seitenelement vom Typ *Geschäftszeiten als Box* auf Ihren Seiten platzieren. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Benutzerverwaltung

Benutzer

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzer

Benutzer sind Besucher Ihrer Webseite, welche sich registrierten und damit über einen Benutzernamen und ein Kennwort verfügen.

An Benutzer können Berechtigungen vergeben werden. So können Sie bestimmte Seiten oder auch Ihre gesamte Webseite nur für Benutzer zugänglich machen. Weiterhin können Sie benutzerspezifische Preise vergeben. Oder schränken Sie die Beteiligung an Foren oder Blogs auf Benutzer ein.

Benutzerdetails – Anmeldedaten

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzer » Anmeldedaten

Ein Haken im Kontrollkästchen *Registrierungsprozess abgeschlossen* zeigt an, dass der Benutzer seine Registrierung über das Double-opt-in-Verfahren abgeschlossen hat. Ob dieser spezielle Registrierungspro-

zess durchlaufen werden muss, legen Sie auf der Karteikartei **Anmeldung** mit der Option *Sichere Registrierung verwenden (Double-Opt-In-Verfahren)* fest. Siehe dazu *Anmeldung, Seite 43*.

Wenn ein Benutzer sein Kennwort vergessen hat, können Sie ihm die Möglichkeit geben, ein neues festzulegen. Klicken Sie **E-Mail senden**. Diese E-Mail enthält einen Link über den der Kunde eine Seite aufruft, auf der er ein neues Kennwort eintragen kann.

Vergeben Sie das Kennwort manuell, sind Sie für die Übergabe selbst verantwortlich.

Hinweis: Beim manuellen Anlegen eines neuen Benutzers im MBO wird das Kennwort nicht automatisch vergeben. Sie müssen ein Kennwort eintragen, damit sich der Benutzer auf der Webseite anmelden kann.

Benutzerdetails – Beiträge

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzer » Beiträge

Hier sehen Sie alle Beiträge, welche der Benutzer in allen Foren, Blogs und Gästebüchern Ihrer Webseite geschrieben hat.

Benutzerdetails – Newsletter

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzer » Newsletter

In der Tabelle sind alle Newsletter-Kampagnen aufgelistet. Sie können sofort sehen, welche vom aktuellen Benutzer abonniert sind.

Falls Sie an dieser Stelle Newsletter für diesen Benutzer abonnieren oder abbestellen, wird dieser per E-Mail informiert.

Benutzergruppen

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzergruppen

Benutzergruppen benötigen Sie, wenn Sie Ihren Benutzern Rechte auf bestimmte Aktionen geben wollen. Solche Rechte werden immer auf Basis von Benutzergruppen vergeben. Wenn Sie z.B. eine Seite nur für bestimmte Benutzer anzeigen wollen, müssen Sie zum einen die Anzeige der jeweiligen Seite mit der entsprechenden Benutzergruppe verknüpfen. Zum anderen müssen Sie die betreffenden Benutzer in diese Benutzergruppe aufnehmen.

Um eine neue Benutzergruppe anzulegen, gibt es folgende Möglichkeiten:

- Tragen Sie die neue Benutzergruppe in die Tabelle ein. Siehe dazu auch *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21*.
- Wenn Sie unter **Kunden » Kundengruppen** eine Kundengruppe anlegen, wird automatisch eine Benutzergruppe mit dem gleichen Namen angelegt. Zu Kundengruppen siehe *Kundengruppen, Seite 91*.

Um die Liste der zugeordneten Benutzer anzuzeigen, klicken Sie auf den Bezeichner der jeweiligen Benutzergruppe. Um Benutzer in die Liste aufzunehmen, gibt es folgende Möglichkeiten:

- Gehen Sie vor wie in *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben.
- Übernehmen Sie einen registrierten Kunden in eine Kundengruppe. Dadurch wird dieser Kunde als Benutzer in die Benutzergruppe aufgenommen, welche den gleichen Namen wie die Kundengruppe hat.

Registrierung

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Registrierung

Hier definieren Sie den Inhalt des Anmeldeformulars. Dieses müssen Ihre Besucher bei der Registrierung ausfüllen. Durch die Registrierung werden die Besucher zu Benutzern.

Die Registrierungseinstellungen bearbeiten Sie wie in *Registrierung, Seite 63* beschrieben.

Anmeldung

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Anmeldung

Hier konfigurieren Sie Zugangsmöglichkeiten zu Ihrer Webseite.

Mit der Option *Wiederkehrende Benutzer erkennen* aktivieren Sie das automatische Anmelden registrierter Benutzer für die Webseite. Während der Sitzung wird für den Benutzer ein Cookie abgespeichert. Verlässt der Benutzer die Webseite, ohne sich abzumelden, bleibt der Cookie gespeichert. Ruft der Benutzer Ihre Webseite erneut auf, wird er durch den Cookie automatisch vom System erkannt und angemeldet. Meldet sich der Benutzer von der Webseite ab, wird der Cookie gelöscht. Der Benutzer muss sich manuell mit Benutzername und Kennwort anmelden.

Achtung: Das automatische Anmelden funktioniert nur, wenn die Benutzer auf ihren Computern das Ablegen von Cookies zulassen. Andernfalls kann die Anmeldeinformation nicht abgelegt und dann ausgelesen werden.

Mit der Option *Anmelden erforderlich* aktivieren Sie den Anmeldezwang für Ihre Benutzer. Das heißt, nur Besucher, die über ein Benutzerkonto verfügen, dürfen sich auf Ihrer Webseite bewegen. Neue Besucher können nur auf die Webseite gelangen, nachdem Sie diese als Benutzer in der Administration angelegt haben.

Mit einem entsprechenden Text im Feld *Text bei erforderlicher Anmeldung* können Sie die nicht registrierten Besucher auf dem Umstand hinweisen und die Registrierungsmodalitäten erläutern.

Mit dem *Double-opt-in-Verfahren* gewährleisten Sie Ihren Kunden eine sichere Registrierung. Der Kunde erhält nach dem Registrieren eine E-Mail. Erst wenn der Kunde in dieser E-Mail auf einen speziellen Link klickt, wird der Registrierungsprozess ordnungsgemäß abgeschlossen. Der Kunde muss also bestätigen, dass er die Registrierung selbst vorgenommen hat.

Sobald Sie die Kundendaten nicht nur zur Abwicklung der Bestellung verwenden, müssen Sie Ihre Kunden auf den weiteren Verwendungszweck hinweisen und die Kunden müssen ihr Einverständnis erklären. Mit der Option *Akzeptieren der Datenschutzerklärung ...* aktivieren Sie die Einverständniserklärung der Kunden zur Speicherung der persönlichen Daten. So können Sie sicherstellen, dass Ihre Kunden ihr Einverständnis abgeben müssen, bevor diese sich registrieren. Wenn die Option aktiviert ist, wird die Einverständniserklärung an folgenden Stellen abgefragt:

- bei der Registrierung
- für unregistrierte Kunden bei der Adresseingabe im Bestellprozess
- im Kontaktformular

Zur Datenschutzerklärung lesen Sie *Datenschutzerklärung, Seite 104*.

Administratoren

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Administratoren

Administratoren sind alle Benutzer, die sich in der Administration Ihrer Webseite anmelden und dort arbeiten können.

Hinweis: Der vom Provider angelegte Administrator kann in der Webseitenadministration nicht gelöscht werden.

Administratordetails – Anmeldedaten

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Administratoren » Anmeldedaten

Zur Sicherheitsabfrage für Löschaktionen siehe *Hinweis: Für die Webseite können unter Umständen mehr Sprachen zur Auswahl stehen als für die Administration.*

Sicherheitsabfrage für Löschaktionen, Seite 37.

Das automatische Anmelden per Cookie erlaubt den Zugang zur Administration ohne Anmeldevorgang. Dafür müssen Cookies für den Browser erlaubt sein. Dieses Feld wird erst aktiv, wenn Sie in der **Benutzerverwaltung** unter **Anmeldung** die Anmeldung über Cookies erlaubt haben, siehe *Anmeldung, Seite 43*.

Achtung: Ist die Option *Automatisches Anmelden mit Cookie* eingeschaltet, haben alle Benutzer Ihres Rechners Zugang zur Administrationsebene. Achten Sie daher darauf, dass in diesem Fall nur autorisierte Personen Zugriff zu Ihrem Rechner haben.

Hinweis: Für neu angelegte Administratoren wird vom System das Standard-Kennwort *admin* vergeben. Dieses müssen sie als altes Kennwort eingeben, wenn Sie erstmals das Kennwort ändern wollen.

Administratordetails – Beiträge

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Administratoren » Beiträge

Hier sehen Sie alle Beiträge aufgelistet, welche der jeweilige Administrator zu allen Foren, Blogs und Gästebüchern der Webseite geschrieben hat.

Steuerberechnung

Steuermatrix

Seite: Einstellungen » Steuerberechnung » Steuermatrix

Ihr Provider liefert Ihnen eine Tabelle mit den gebräuchlichen Steuerklassen in den Hauptsteuergebieten - die Steuermatrix.

Die Standard-Steuerklasse und das Standard-Steuergebiet sind in der Tabelle mit einem * gekennzeichnet.

Die Steuermatrix ist standardmäßig im *Nur-Lese-Status* und wird von Ihrem Provider gepflegt. Falls die Notwendigkeit besteht, können Sie die Einträge auch selbstständig bearbeiten. Klicken Sie dazu auf die Schaltfläche **Anpassen**. Danach können Sie alle Werte der Matrix bearbeiten. Gleiches gilt für die Steuergebiete und Steuerklassen.

Achtung: Eine Rückkehr zur voreingestellten Steuermatrix ist nicht mehr möglich. Wenn Sie sich einmal entschieden haben, diese Steuermatrix für Ihren Shop anzupassen, obliegt Ihnen die Pflege der Steuereinstellungen.

Steuergebiete

Seite: Einstellungen » Steuerberechnung » Steuergebiete

Hinweis: Steuergebiete können Sie erst anlegen oder bearbeiten, wenn Sie auf der Seite **Steuermatrix** auf **Anpassen** geklickt haben, siehe *Steuermatrix, oben*.

Um ein Steuergebiet als Standard festzulegen, klicken Sie auf das Optionsfeld in der entsprechenden Zeile. Die Voreinstellung des Steuergebietes wird an folgenden Stellen wirksam:

- Bei der Steuerberechnung der Produktpreise im MBO.

Wenn Sie Bruttopreise erfassen, wird der Nettopreis abgespeichert. Dabei wird der Steuersatz des Standard-Steuergebietes verwendet.

- Bei der Auswahl des Steuergebietes im Warenkorb

Wenn der Kunde sein Steuergebiet im Warenkorb auswählen darf, werden die verfügbaren Gebiete in einem Auswahlfeld angezeigt. Das Standard-Steuergebiet ist die Vorauswahl in diesem Feld. Siehe dazu *Warenkorb, Seite 63*.

In der Sektion **Zuordnung zu Ländern** können Sie über ein Auswahlfeld jedes Land einem Steuergebiet zuordnen. Im Auswahlfeld sind alle Gebiete aufgelistet, welche Sie unter **Steuergebiete** eingerichtet haben.

Das Steuergebiet ist die Basis für die Steuerberechnung für den jeweiligen Kunden. Deshalb muss jedem Kunden ein Steuergebiet zugewiesen werden. Die Zuweisung erfolgt entweder automatisch oder manuell. Siehe dazu *Warenkorb, Seite 63*. Bei der automatischen Zuordnung wird das Land der Kundenadresse ausgewertet und bestimmt das Steuergebiet.

Steuerklassen

Seite: Einstellungen » Steuerberechnung » Steuerklassen

Hinweis: Die Steuerklassen können Sie erst bearbeiten, wenn Sie auf der Seite **Steuermatrix auf Anpassen** geklickt haben, siehe *Steuermatrix, Seite 44*.

Um eine Steuerklasse als Standard festzulegen, klicken Sie auf das Optionsfeld in der entsprechenden Zeile. Die als *voreingestellt* markierte Steuerklasse wird bei der Neuanlage von Produkten als Standard gesetzt.

Steuermodell

Seite: Einstellungen » Steuerberechnung » Steuermodell

Hier stellen Sie ein, ob die Preise brutto oder netto erfasst und wie sie im Shop angezeigt werden.

Anzeige und Berechnung der Preise im Shop

Die Preisanzeige und Berechnung im Warenkorb hängen vom eingestellten Steuermodell ab.

Nach dem eingestellten Steuermodell richtet sich auch der Preisergänzungstext, welcher mit dem Preis angezeigt, siehe dazu *Texte, Seite 65*.

Für jeden Kunden können Sie ein abweichendes Steuermodell festlegen, siehe *Kundendetails – Allgemein, Seite 89*.

Bei Auswahl des Steuermodells *Brutto* können Sie noch festlegen, ob die Mehrwertsteuer im Warenkorb und in allen zur Bestellung gehörigen E-Mails und Dokumenten ausgewiesen wird. In manchen Fällen ist der Händler davon befreit. Beachten Sie, dass diese Einstellungen auch mit dem Text übereinstimmen müssen, welcher zusätzlich zu Produktpreisen angezeigt wird. Siehe dazu *Texte, Seite 65*.

Eingabe der Preise

Mit Hilfe der Option *Eingabe der Preise in der Administration erfolgt auf Basis* legen Sie fest, ob Sie Brutto- oder Nettopreise erfassen. Das gilt für alle Preiseingaben, die an eine Steuerklasse gekoppelt sind.

Für Preise, denen keine Steuerklasse zugeordnet ist, gibt es keine Unterscheidung im Steuermodell. Solche Preise sind z.B. Gutscheinwerte.

Versand und Zahlung

Hier verwalten und bearbeiten Sie alle Versand- und Zahlungsmethoden, die Sie Ihren Kunden im Shop anbieten. Durch das System werden entsprechende Typen bereitgestellt, welche die Basis für die einzelnen Methoden sind.

Versandmethoden

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Versandmethoden

Als Basis für die Versandmethoden stellt das System folgende internen Typen bereit:

Freie Lieferung	Basis für Versandmethoden ohne weitere Kosten
Festpreis	Basis für Versandmethoden mit konstanten Preisen
Freigrenze	Basis für Versandmethode mit Preisgrenze; Damit bieten Sie Ihren Kunden <i>Frei-Haus-Lieferung</i> ab einem bestimmten Bestellwert an, siehe <i>Versandmethode mit Freigrenze, Seite 47</i> .
Preis des Warenkorbes	Basis für Versandmethoden mit bestellwertabhängigem Preis; Zur Berechnung des Bestellwertes können neben den Produktpreisen auch Gutscheine und Rabatte mit einbezogen werden, siehe <i>Versandmethode Preis des Warenkorbes, Seite 47</i> .
Gewicht der Produkte im Warenkorb	Basis für Versandmethoden mit gewichtsabhängigem Preis; Versandkosten sind vom Gewicht der Produkte im Warenkorb abhängig, siehe <i>Versandmethode Gewicht der Produkte im Warenkorb, Seite 47</i> .
Anzahl der Produkte im Warenkorb	Basis für Versandmethoden mit produktanzahlabhängigem Preis; Versandkosten sind von der Anzahl der Produkte im Warenkorb abhängig, siehe <i>Versandmethode Anzahl der Produkte im Warenkorb, Seite 48</i> .

Die Reihenfolge aller Versandmethoden legen Sie über den Sortierschlüssel in der letzten Spalte der Tabelle fest. Lesen Sie dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Allgemeine Eigenschaften für Versandmethoden

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Versandmethoden » [versandmethode] » Allgemein

Die Eigenschaften und Parameter der einzelnen Versandmethoden unterscheiden sich je nach zugrunde liegendem Typ. Die allgemeinen Eigenschaften sind für alle Versandmethoden gleich.

Die Verwendung einer Versandmethode kann regional beschränkt werden. Wählen Sie die Region aus dem Auswahlfeld *Nutzung für folgende Lieferadressen erlauben*. Diese Regionen müssen Sie vorher definieren. Siehe dazu *Regionen, Seite 60*.

Unter *Bemerkung* können Sie einen zusätzlichen Hinweis zur Versandmethode erfassen. Der Text wird dem Kunden während des Bestellprozesses sprachabhängig direkt unterhalb der Methode angezeigt und es erfolgt ein Ausdruck auf dem Lieferschein.

Für die als *voreingestellt* markierte Methode sind die Felder *Sichtbar* und *Voreingestellt* nicht aktiv. Wenn Sie diese Einstellungen für diese Methode ändern wollen, müssen Sie zuerst eine andere Methode als Standard-Methode festlegen.

Für alle kostenpflichtigen Versandmethoden gibt es eine zusätzliche Karteikarte **Einstellungen** mit den jeweils speziellen Einstellungen. Auf dieser Karteikarte werden Werte wie Steuerklasse, Preise, Grenzwerte und Berechnungsgrundlagen festgelegt. Zu den Preisen wird das aktuelle Steuermodell angezeigt, siehe *Steuermodell, Seite 45*.

Versandmethode mit Freigrenze

Der Grundpreis wird dem Kunden in Rechnung gestellt, solange der Bestellwert geringer ist als der festgelegte Grenzwert.

Im Feld *Frei ab Bestellwert* legen Sie den Warenkorbwert fest, ab dem die Lieferung für den Kunden kostenfrei ist.

Weiterhin legen Sie fest, wie der Grenzwert berechnet wird.

Versandmethode *Preis des Warenkorbes*

Legen Sie fest, aus welchen Teilpreisen der Gesamtpreis des Warenkorbs berechnet wird. In Abhängigkeit von diesem Gesamtpreis können Sie die Versandkosten staffeln.

Pro Preisbereich geben Sie einen Grundpreis und einen Berechnungsfaktor vor. Der Faktor bestimmt den variablen Anteil des Versandpreises, der Grundpreis den konstanten Anteil. Die Versandkosten berechnen sich nach der Formel, die unterhalb der Tabelle steht.

Eine Preistaffelung richten Sie wie folgt ein:

1. Tragen Sie für den Bereich von 0 bis *unbegrenzt* für jede Währung den Faktor und den Grundpreis für den ersten Grenzwert (z. B. 50 €) ein.
2. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
3. Tragen Sie in das neue Eingabefeld in der Spalte *Preis des Warenkorbes* von den ersten Grenzwert (z. B. 50 €) ein.
4. Tragen Sie dafür einen Faktor und einen Grundpreis ein. Diese Werte gelten dann vom Grenzwert bis *unbegrenzt*.
5. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Versandmethode *Gewicht der Produkte im Warenkorb*

Legen Sie fest, in welcher Gewichtseinheit das Gewicht der Produkte des Warenkorbes berechnet werden soll. Unter Verwendung dieser Gewichtseinheit definieren Sie Staffelpreise für die Versandkosten.

Pro Gewichtsbereich geben Sie einen Grundpreis und einen Berechnungsfaktor vor. Der Faktor bestimmt den variablen Anteil des Versandpreises, der Grundpreis den konstanten Anteil. Die Versandkosten berechnen sich nach der Formel, die unterhalb der Tabelle steht.

Eine Preistaffelung richten Sie wie folgt ein:

1. Tragen Sie für den Bereich von 0 bis *unbegrenzt* für jede Währung einen Faktor und einen Grundpreis für den ersten Grenzwert (z. B. 500g) ein.
2. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
3. Tragen Sie in das neue Eingabefeld in der Spalte *Gewicht* von den ersten Grenzwert (z. B. 500g) ein.

4. Tragen Sie dafür einen Faktor und einen Grundpreis ein. Diese Werte gelten dann vom Grenzwert bis *unbegrenzt*.
5. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Für den Grundpreis können auch negative Werte eingegeben werden. Damit können Modelle abgebildet werden wie z. B. bis 20 kg kostet der Versand pauschal 5 €, über 20 kg kostet jedes weitere kg 0,5 €.

Versandmethode *Anzahl der Produkte im Warenkorb*

Pro Menge geben Sie einen Grundpreis und einen Berechnungsfaktor vor. Der Faktor bestimmt den variablen Anteil des Versandpreises, der Grundpreis den konstanten Anteil. Die Versandkosten berechnen sich nach der Formel, die unterhalb der Tabelle steht.

Eine Preistaffelung richten Sie wie folgt ein.

1. Tragen Sie für den Bereich von 0 bis *unbegrenzt* für jede Währung einen Faktor und einen Grundpreis für den ersten Grenzwert (z. B. 50) ein.
2. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
3. Tragen Sie in das neue Eingabefeld in der Spalte *Anzahl von* den ersten Grenzwert (z. B. 50) ein.
4. Tragen Sie dafür einen Faktor und einen Grundpreis ein. Diese Werte gelten dann vom Grenzwert bis *unbegrenzt*.
5. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Versandmethode DHL

DHL bietet die Möglichkeit der Online Frankierung. Damit können Sie Versandmarken für Ihre Sendungen einfach und schnell erstellen, ausdrucken und bezahlen. Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.dhl.de/onlinefrankierung.

Um diese Funktion in Ihrem Shop zu nutzen, müssen Sie eine Versandmethode vom Typ *Versand über DHL* einrichten. Für Bestellungen mit dieser Versandmethode erstellen Sie einen DHL-Lieferschein. Aus diesem Lieferschein heraus generieren und bezahlen Sie die Versandmarke.

Unter **Bestellungen** » **Sendungen** » **DHL-Sendungen** finden Sie alle Bestellungen, für die eine DHL-Sendungsnummer vergeben wurde.

Unter **Bestellungen** » **Transaktionen** » **DHL Online Frankierung** finden Sie alle Transaktionen, mit denen Sie die Versandmarken online bezahlt haben.

Um für Bestellungen DHL-Versandmarken online zu erstellen und zu bezahlen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Legen Sie eine Versandmethode vom Typ *Versand über DHL* an.
2. Rufen Sie in den Details die Karteikarte **Einstellungen** auf.
3. Wählen Sie die Zahlungsmethode aus, mit der Sie die Versandgebühren bei DHL bezahlen.
4. Markieren Sie die Kontrollkästchen entsprechend. Das Kontrollkästchen zur Bestätigung der AGB ist ein Pflichtfeld.
5. Tragen Sie die Werte zur Berechnung der Versandkosten ein.
6. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
7. Rufen Sie die Karteikarte **Text** auf. Tragen Sie hier bei Bedarf einen Text ein, der den Kunden in der Bestellbestätigungs-E-Mail mit angezeigt wird.
8. Schalten Sie die Versandmethode auf der Karteikarte **Allgemein** sichtbar.
9. Nachdem eine Bestellung mit der Versandmethode *Versand über DHL* ausgelöst wird, werden Sie per E-Mail benachrichtigt. (Wenn Sie die entsprechende Option unter **Einstellungen** aktiviert haben.) Anderenfalls müssen Sie regelmäßig die Bestellungen nach DHL-Bestellungen durchsuchen.
10. Rufen Sie die Karteikarte **Dokumente** in den Details der DHL-Bestellung auf.
11. Erstellen Sie einen DHL-Paketschein.
12. Rufen Sie die Details des DHL-Paketscheins auf und tragen Sie alle erforderlichen Daten ein.
13. Speichern Sie alle Eingaben.

14. Klicken Sie auf **Weiter zur DHL Online Frankierung**.
15. Bezahlen Sie die Gebühr mit der Zahlungsmethode, welche Sie in den Einstellungen festgelegt haben. Sie erhalten eine entsprechende Bestätigungs-E-Mail. Mit der Bezahlung wird von DHL ein Warenkorb für Sie angelegt, aus dem heraus Sie die Versandmarke drucken können.
16. Sie werden zurück in das MBO geleitet und der DHL-Warenkorb wird angezeigt.
17. Aus diesem Warenkorb heraus können Sie die Versandmarke drucken und speichern.
18. Nach erfolgreichem Testdruck starten Sie den Portodruck.
19. Die Sendungsnummer wird im DHL-Warenkorb und in der Liste der DHL-Sendungen angezeigt.
20. Nachdem die Sendung bei DHL eingegangen und registriert ist, werden Sie und Ihr Kunde von DHL informiert, dass die Sendungsverfolgung auf Basis der Sendungsnummer möglich ist.

Sie können die Versandmarken für mehrere Bestellungen per Stapelverarbeitungsaktion erstellen. Dazu müssen Sie die DHL-Bestellungen in der Tabelle der Bestellungen markieren und die entsprechende Stapelverarbeitungsaktion starten.

Dabei werden die DHL-Paketschein angelegt und Ihnen nacheinander angezeigt. Für jeden erstellten DHL-Paketschein tragen Sie die erforderlichen Versendedaten ein. Zu Abschluss bezahlen Sie den Gesamtbetrag und drucken die Versandmarken.

Zahlungsmethoden

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden

Es stehen verschiedene Zahlungsmethoden zur Auswahl, die Sie Ihren Kunden anbieten können. Dafür stehen Ihnen sowohl interne Methoden zur Verfügung als auch die Angebote von externen Anbietern.

Bei den internen Methoden werden die Typen vom System bereitgestellt. Alle Abläufe müssen von Ihnen manuell sichergestellt werden. Die internen Typen sind:

Kostenfrei	Dem Kunden entstehen bei der Verwendung dieser Methode keine zusätzlichen Kosten.
Festpreis	Sie definieren einen Aufschlag, den der Kunde bei Benutzung dieser Zahlungsmethode zu zahlen hat.
Freigrenze	Sie definieren einen Aufschlag, den der Kunde bei Benutzung dieser Zahlungsmethode zu zahlen hat. Zusätzlich definieren Sie einen Bestellwert (<i>Grenzwert</i>), ab dem der Kunde keinen Aufschlag bezahlen muss.
Bankeinzug	Dem Kunden entstehen bei der Verwendung dieser Methode keine zusätzlichen Kosten. Dieser Typ sorgt dafür, dass während des Bestellprozesses im Shop die Bankverbindung des Kunden abgefragt wird. Die Daten werden zwar auf Vollständigkeit geprüft, aber nicht auf Richtigkeit. Es erfolgt keine Validierung bezüglich Vorhandensein oder Deckung des angegebenen Kontos.
Bankeinzug per Fax	Dem Kunden entstehen bei der Verwendung dieser Methode keine zusätzlichen Kosten. Der Kunde lädt im Bestellprozess ein Fax-Formular herunter, mit dessen Hilfe er seine Bankdaten übermittelt.
Kreditkarte	Verwenden Sie diese Methode, wenn Sie Ihren Kunden Kreditkartenzahlung anbieten und die Daten selbst manuell bearbeiten.

Bei den externen Zahlungsmethoden werden die Transaktionen auf den Plattformen der jeweiligen Anbieter abgewickelt. Das sind Anbieter wie PayPal oder Moneybookers. Der Kunde wird für den Bezahlvorgang auf das System des Anbieters geleitet, wo alle erforderlichen Daten erfasst, geprüft und verarbeitet werden.

den. Der Kunde wird danach wieder in den Shop geleitet. Die entsprechenden Bestellungen können über Transaktionsnummern zugeordnet werden. Für jeden Anbieter gibt es eine Transaktionsliste, die Sie unter **Bestellungen** einsehen können.

Stellen Sie die Zahlungsmethode als Standard ein, die von Ihren Kunden favorisiert wird.

Jeder Zahlungsmethode können Kundengruppen zugeordnet werden. Dadurch können nur die Kunden, welche zu einer der zugeordneten Kundengruppen gehören, diese Zahlungsmethode nutzen. Sie wird auch nur für diese Kunden angezeigt. Die Zuordnung verwalten Sie auf der Karteikarte **Kundengruppen** in den Details jeder Zahlungsmethode.

Allgemeine Eigenschaften für Zahlungsmethoden

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » [zahlungsmethode] » Allgemein

Die allgemeinen Eigenschaften sind für alle Zahlungsmethoden zum großen Teil gleich. Sollte eine dieser Einstellungen für eine Methode nicht verfügbar sein, wird sie nicht angezeigt oder grau dargestellt.

Ratenzahlung möglich

Hiermit ermöglichen Sie Ihren Kunden, Ihr Finanzierungsangebot zu nutzen. Dazu muss eine Ratenzahlung eingerichtet sein, siehe *Ratenzahlung, Seite 57*.

Rabatt

Legen Sie einen Preisnachlass für die Zahlungsmethoden fest, die Ihre Kunden am meisten benutzen sollen. Im Gegensatz dazu können Sie Kosten für eine Zahlungsmethode an die Kunden weitergeben, indem Sie negative Werte eintragen.

Anlegen der Bestellung erfolgt

Diese Einstellung ist sinnvoll für Zahlungsmethoden über externe Anbieter. Damit steuern Sie, ob die Bestellung vor oder nach dem Bezahlvorgang in Ihrem System gespeichert wird. Lassen Sie die Bestellung vorher speichern, haben Sie immer die Bestelldaten, auch wenn der Bezahlvorgang im Fremdsystem fehlschlagen sollte. Sie können dann in jedem Fall die Bestellung mit dem Kunden nachvollziehen und das Problem klären.

Nutzung für folgende Rechnungsadressen erlauben

Hiermit beschränken Sie die Zahlungsmethode auf bestimmte Regionen. Siehe dazu *Regionen, Seite 60*.

Bemerkung

Dieser Text wird dem Kunden während des Bestellprozesses sprachabhängig direkt unterhalb der Methode angezeigt und es erfolgt ein Ausdruck auf Bestelldokumenten.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Achtung: Eine Zahlungsmethode muss sichtbar geschaltet werden, damit sie im Shop zur Auswahl steht.

Für die als *voreingestellt* markierte Methode sind die Felder *Sichtbar* und *Voreingestellt* nicht aktiv. Wenn Sie diese Einstellungen für diese Methode ändern wollen, müssen Sie zuerst eine andere Methode als Standard-Methode festlegen.

Für die Zahlungsmethoden mit speziellen Eigenschaften gibt es eine zusätzliche Karteikarte **Einstellungen**. Auf dieser Karteikarte werden Werte wie Steuersatz, Preise, Grenzwerte und Berechnungsgrundlagen

und andere Parameter festgelegt. Zu den Preisen wird das aktuelle Steuermodell angezeigt, siehe *Steuermodell, Seite 45*.

Zahlungsmethode mit Kreditkarte, manuell

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » [kreditkarte,manuell] » Einstellungen

Die Tabelle zeigt alle Kreditkarten mit manueller Bearbeitung. Über die Auswahlfelder legen Sie fest, welche Daten die Kunden für welche Kreditkarte zusätzlich angeben müssen und ob die entsprechenden Eingabefelder Pflichtfelder oder optional sind.

Die Eingabefelder für *Kartenummer, Karteninhaber, Ablaufdatum* werden standardmäßig angezeigt, darauf haben Sie keinen Einfluss.

Über ein Seitenelement können Sie die Logo der Kreditkarten anzeigen, die Sie akzeptieren. In der Sektion **Kreditkartenlogos** wählen Sie die entsprechenden Logos aus. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Siehe dazu auch im Kapitel *Gestaltung* den Abschnitt *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Die Kreditkartendaten werden gelöscht, nachdem Sie für die entsprechende Bestellung die Status *Bezahlt* oder *Abgelehnt* gesetzt haben. Es bleibt nur der Hinweis erhalten, dass diese Bestellung per Kreditkarte bezahlt wurde. Achten Sie daher darauf, dass Sie aus Gründen der Datensicherheit solche Bestellung so zeitig wie möglich auf *Bezahlt* oder *Abgelehnt* setzen.

Zahlungsmethode mit T-Pay

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » T-Pay

Voraussetzung für die Nutzung dieses Bezahlsystems ist eine Registrierung der Kunden und von Ihnen als Händler bei T-Pay.

Für das Shop-System sind die Zahlungsvarianten *Micromoney, Telekom-Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte* und *Anonyme Bezahlung mit Kreditkarte* eingerichtet.

Einrichten der Zahlungsmethode

1. Registrieren Sie sich bei T-Pay.

Nutzen Sie dazu den Link **Bei T-Pay registrieren**.

2. Richten Sie Ihr T-Pay-Konto ein.
3. Übernehmen Sie die Daten.
Im Verlauf des Registrierungsprozesses bei T-Com erhalten Sie die *MerchantID*, eine *ShopID* und einen Code *MerchantSecrets*. Stellen Sie zuerst den Betriebsmodus *Test* ein.
4. Wählen Sie die Bezahlvarianten.
Hier legen Sie fest, welche Zahlungsvarianten Sie Ihren Kunden auf der T-Com-Plattform anbieten. Die ausgewählten Varianten werden dann dem Kunden auf der T-Com-Bezahlseite angezeigt. Dort wählt er seine bevorzugte Variante aus.
5. Wählen Sie die Kreditkartenlogos.
6. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
7. Platzieren Sie das Seitenelement für das T-Pay-Logo auf der Webseite. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*

Sind alle Tests erfolgreich, nehmen Sie mit dem Support von T-Pay Kontakt auf und lassen Ihren Shop freischalten. Danach ändern Sie den Betriebsmodus auf *Live* und schalten die Zahlungsmethode für Ihre Kunden sichtbar.

Achtung: Schalten Sie die Zahlungsmethode *T-Pay* erst nach Absprache mit dem Support von T-Pay *live*. Anderenfalls treten für Sie und Ihre Kunden Fehler im Transaktionsprozess auf.

T-Pay-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » T-Pay

Wenn Sie in den Einstellungen den Transaktionstyp *Autorisierung* eingestellt haben, müssen Sie die Zahlung von T-Pay auf Ihr Händler-Konto manuell auslösen, nachdem die Transaktionen durch die Kunden autorisiert sind. Markieren Sie in der Tabelle die entsprechenden Transaktionen und klicken auf **Zahlung auslösen**. Erst nach dieser Aktion erfolgt die Zahlung an Sie. Die betreffenden Transaktionen werden auf den Status *Bezahlt* gesetzt.

PayPal Standard

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » PayPal Standard

Jeder PayPal-Kunde besitzt ein Online-Konto, welches per Kreditkarte, Lastschrift oder Überweisung aufgeladen wird. Unter Angabe der Empfänger-E-Mail-Adresse kann praktisch ohne Zeitverzug Geld an andere PayPal-Kunden übertragen werden. Für Nicht-PayPal-Kunden können Sie Kreditkartenzahlung einrichten. Dies ist abhängig von Ihrem Konto, welches Sie für sich bei PayPal einrichten.

Mit den Transaktionsdaten wird Ihnen angezeigt, ob der Käufer durch PayPal verifiziert wurde.

Einrichten der Zahlungsmethode

1. Richten Sie sich ein PayPal-Konto ein.
2. Tragen Sie die E-Mail-Adresse, mit der Sie sich bei PayPal anmelden, in das Feld *E-Mail* ein.
3. Wählen Sie einen Betriebsmodus.
4. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
5. Schalten Sie die Zahlungsmethode sichtbar.
6. Platzieren Sie das Seitenelement für das PayPal-Logo auf der Webseite. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Zahlungsmethode PayPal Pro (Payflow Edition)

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » PayPal Pro (Payflow Edition)

Bei PayPal Pro (Payflow Edition) bezahlen die Kunden per Kreditkarte. Die Daten werden sofort von PayPal geprüft. Voraussetzung von Ihrer Seite ist die Registrierung und die Einrichtung des *Paypal Managers*. Solch ein Manager-Konto können Sie über die Shop-Administration einrichten.

Hinweis: Wir empfehlen, erst einige Transaktionen im Betriebsmodus *Test* durchzuführen, bevor Sie die Zahlungsmethode *Live* schalten und Ihren Kunden zur Verfügung stellen.

PayPal Pro-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » PayPal Pro

Über das Symbol hinter der Transaktionsnummer zeigen Sie die Risikoinformation für diese Transaktion an. Die entsprechenden Daten werden von Paypal übertragen. Der AVS-Code (*Address Verification System*) zeigt das Resultat der Prüfung der Kundendaten an.

Die Abbuchung autorisierter Beträge können Sie alternativ wie folgt auslösen:

- Markieren Sie die betreffenden Tabelleneinträge und klicken Sie auf **Abbuchen**. Der Status wird entsprechend geändert.

- Rufen Sie über den Link **Transaktionen im PayPal Manager verwalten** den PayPal Manager auf und starten dort die Abbuchung. Nach erfolgter Abbuchung werden die Status entsprechend in der Tabelle geändert.

War die Prüfung der Kreditkartendaten seitens PayPal nicht erfolgreich, wird der Transaktionsstatus *Abgelehnt* gesetzt. Der Betrag kann nicht abgebucht werden.

Zahlungsmethode PayPal Express Checkout

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden » PayPal Express Checkout

Bei dieser Zahlungsmethode werden die Warenkorbdaten an PayPal übergeben. Die nächsten Schritte des Bestellprozesses werden dort ausgeführt. Der Kunde wählt dort seine Zahlungsart und Lieferadresse aus. Die Bestellung wird danach im Shop abgeschlossen.

Einrichten der Zahlungsmethode

1. Richten Sie sich ein PayPal-Konto ein.
2. Übertragen Sie die Zugangsdaten.
Übernehmen Sie die Daten aus der PayPal-Administration. Diese erhalten Sie unter **Mein Profil » API-Zugriff » API-Berechtigung anfordern**
3. Wählen Sie den Betriebsmodus.
Für den Testmodus benötigen Sie ein Händler- und ein Käuferkonto auf der PayPal-Sandbox (Testsystem). Zum Anlegen des Händler-Testkontos benutzen Sie den Link **PayPal-Testkonto auf dem Sandbox-System anlegen**.
4. Stellen Sie ein Bild bereit.
Dieses Bild wird dem Kunden auf der Bezahlseite bei PayPal angezeigt wird. Hier können Sie z. B. Ihr Shop-Logo anzeigen.
5. Wählen Sie Farben für die Bezahlseite bei PayPal.
6. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
7. Schalten Sie die Zahlungsmethode sichtbar.

Achtung: Beachten Sie, dass Sie die korrekten Zugangsdaten für das Test- und für das Live-System nicht miteinander verwechseln.

Pal Express-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » PayPal Express

Wenn eine Transaktion den Status *Wartet* hat, wurde sie bei Paypal geprüft und noch nicht ausgeführt. In der Tabelle erscheint das Symbol . Wenn Sie auf das Symbol klicken, wird Ihnen der Grund dafür angezeigt. Sie müssen diese Transaktion in Ihrer PayPal-Administration weiter bearbeiten bzw. bestätigen oder ablehnen. Damit wird auch der Status in der Tabelle geändert. Der Kunde erhält eine entsprechende E-Mail.

Mit den Transaktionsdaten wird Ihnen angezeigt, ob der Käufer durch PayPal verifiziert wurde.

Zahlungsmethode Google Checkout

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Zahlungsmethoden Google Checkout

Bei dieser Zahlungsmethode werden die Warenkorbdaten an Google übergeben. Alle weiteren Schritte des Bestellprozesses werden dort ausgeführt. Der Kunde wählt dort seine Zahlungsart aus, legt die Lieferadresse fest und sendet die Bestellung ab.

Prüfen Sie in Ihrer Google Checkout-Administration im Bereich **Settings » Integration** folgende Einstellungen:

- *Callback method* muss auf *XML* gesetzt sein

- *Shopping cart post security* muss aktiviert sein

Google Checkout-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Google Checkout

Nachdem der Kunde die Transaktion bestätigt hat, wird die Bestellung in der Tabelle mit dem Status *In Rechnung gestellt* angezeigt.

Über das Symbol hinter der Transaktionsnummer wird die Risikoinformation für diese Transaktion angezeigt. Diese Daten werden von Google übertragen.

Die Spalten *Status Lieferung* und *Status Zahlung* informieren Sie über den aktuellen Stand der Transaktion. Diese Status setzen Sie in der Google Checkout-Händler-Administration.

Zahlungsmethode ClickandBuy

Seite: Bestellungen » Transaktionen » ClickandBuy

Kunden, die über ClickandBuy bezahlen, können sich entweder registrieren oder sich ein Prepaid-Konto einrichten. ClickandBuy prüft die Angaben der Kunden auf Vollständigkeit und Plausibilität. Nach Registrierung und Überprüfung wird das Konto freigeschaltet.

Voraussetzung von Ihrer Seite ist die Registrierung und die Einrichtung eines Premium-Kontos bei ClickandBuy.

Um die Zahlungsmethode einzurichten, registrieren Sie sich über **Neues ClickandBuy-Konto anlegen**. Mit Abschluss des Registrierungsprozesses werden alle notwendigen Daten automatisch in die Shop-Administration und in die ClickandBuy-Administration eingetragen.

Nach der Einrichtung von ClickandBuy sollten Sie einige Testtransaktionen durchführen. Um Ihr ClickandBuy-Konto für den Testbetrieb einzurichten, kontaktieren Sie Ihren Ansprechpartner bei ClickandBuy. Für den Kunden ist vor Abschluss der Bestellung nicht ersichtlich, ob es sich um Test- oder Live-Betrieb handelt. Geben Sie daher im Testbetrieb der Zahlungsmethode einen entsprechenden Namen. Zusätzlich können Sie in der Notiz für die Zahlungsmethode einen Hinweis auf den Testbetrieb hinterlegen.

Zahlungsmethode Atos Worldline

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Atos Worldline

Innerhalb dieser Zahlungsmethode werden verschiedenen Bezahldienste angeboten. Bestandteil der angebotenen Bezahldienste sind Prüfungsverfahren wie zum Beispiel Bonitäts- und Adressprüfungen sowie die Verfahren *Verified by Visa* und *MasterCard Secure Code*.

Sie als Händler müssen bei Atos Worldline registriert sein. Sie erhalten von von Atos Worldline eine Zertifikatdatei. Speichern Sie diese auf Ihrem lokalen Rechner und laden Sie die Datei mit Hilfe von **Durchsuchen**. Ist bereits eine Zertifikatdatei geladen, wird der Name der Datei angezeigt.

Beim Transaktionstyp *Abbuchung* wird der Betrag automatisch vom Konto des Kunden abgebucht. Die Abbuchung erfolgt nach den eingestellten Tagen.

Beim Transaktionstyp *Autorisierung* wird der Betrag für Sie reserviert. Die Abbuchung müssen Sie in Ihrer Atos Worldline-Administration selbst starten. Die Reservierung erlischt nach den eingestellten Tagen.

Sie können das Logo Ihres Shops auf der Bezahlseite von Atos Worldline einblenden. Dazu müssen Sie die Bilddatei mit dem Logo an den Atos Worldline-Support senden.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Atos Worldline-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Atos Worldline

Nachdem der Kunde die Transaktion bestätigt hat, wird diese in die Liste der Atos Worldline-Transaktionen in der Shop-Administration eingetragen. Es wird noch kein Status für die Bestellung gesetzt. Wenn die Autorisierung akzeptiert wurde, wird eine Transaktionsnummer angezeigt. Der Code zeigt das Transaktionsergebnis an, 00 bedeutet Autorisierung akzeptiert.

Zahlungsmethode sofortüberweisung.de

Seite: Bestellungen » Transaktionen » sofortüberweisung.de

Durch die Methode wird der Kaufbetrag sofort vom online-fähigen Bankkonto des Kunden auf Ihr Händlerkonto überwiesen. Diese Zahlungsmethode verfügt über ein TÜV-Zertifikat und TÜV-geprüfte Transaktionsicherheit.

Voraussetzung von Ihrer Seite ist die Registrierung bei *sofortüberweisung.de*.

Nach erfolgreicher Transaktion erhalten Sie eine Benachrichtigung und können die Ware sofort ausliefern. Damit können Sie Ihren Kunden minimale Lieferzeiten bieten.

Damit Ihre Kunden die Zahlungsmethode in Ihrem Shop nutzen können, müssen Sie in Ihrer *sofortüberweisung.de*-Administration ein Projekt für diesen Shop einrichten. Bei Fragen zum Anlegen und Bearbeiten eines Projektes wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner bei *sofortüberweisung.de*.

Achtung: Beim Anlegen der Zahlungsmethode werden die Kennwörter automatisch nach den Richtlinien von *sofortüberweisung.de* erzeugt und eingetragen. Wenn Sie die Werte ändern, kann es dazu führen, dass die Zahlungsmethode nicht von Ihren Kunden benutzt werden kann.

Zahlungsmethode HSBC

Seite: Bestellungen » Transaktionen » HSBC

HSBC prüft die Zahlungsdaten der Kunden und lässt nur Transaktionen zu, für die gesicherte Daten vorliegen.

Falls Sie Ihren HSBC-Account noch nicht aktiviert haben, müssen Sie zuerst den Betriebsmodus *Test* einstellen und eine Test-Transaktion mit Ihren eigenen HSBC-Konto Daten durchführen. War die Transaktion erfolgreich, stellen Sie den Betriebsmodus *Live* ein und aktivieren die Zahlungsmethode für Ihre Kunden.

Ein *HSBC*-Konto unterstützt nur eine Währung. Wollen Sie die Zahlungsmethode *HSBC* für mehrere Währungen anbieten, müssen Sie für jede Währung eine Zahlungsmethode *HSBC* mit separatem *HSBC*-Konto anlegen und diese auch wie oben beschrieben aktivieren.

HSBC-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » HSBC

In der Spalte *Status* wird der Transaktionstyp angezeigt. Die Abbuchung für Transaktionen vom Typ *Autorisiert* muss von Ihnen manuell in der HSBC-Administration ausgelöst werden. Dadurch wird aber **nicht** der Status der Bestellung auf *Bezahlt* gesetzt. Diesen müssen Sie entweder per Stapelverarbeitungsaktion oder für jede Bestellung einzeln setzen.

Zahlungsmethode Moneybookers

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Moneybookers

Sie können Ihren Kunden im Shop neben der Wallet-Zahlung auch alle weiteren Zahlungsmethoden über Moneybookers anbieten. Voraussetzung von Ihrer Seite ist die Registrierung bei Moneybookers und eine Freischaltung der entsprechenden Zahlungsoptionen.

Um die erste Zahlungsmethode des Typs Moneybookers einzurichten, arbeiten Sie die angezeigten Schritte nacheinander ab.

Nach dem Anlegen ist die Zahlungsmethode *Wallet* als Standard eingetragen. Das Auswahlfeld ist noch gesperrt. Füllen Sie zuerst die Eingabefelder aus und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Danach wird das Auswahlfeld aktiviert und Sie können bei Bedarf die Zahlungsmethode ändern.

Um Zahlungssymbole im Shop anzuzeigen, markieren Sie die entsprechenden Kontrollkästchen und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Platzieren Sie das Seitenelement für akzeptierte Moneybookers-Zahlungsmethoden auf der Webseite. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Über Moneybookers können verschiedene Zahlungsarten abgewickelt werden. Für jede Zahlungsart müssen Sie eine eigene Zahlungsmethode auf Basis von Moneybookers anlegen. Dieses Anlegen wird Ihnen durch die Funktion *Möchten Sie eine weitere Moneybookers-Zahlungsmethode anlegen?* erleichtert. Die Funktion ist aktiv, nachdem die Daten für die Zahlungsmethode erstmalig gespeichert wurden. Gehen Sie wie folgt vor:

1. Klicken Sie **Möchten Sie eine weitere Moneybookers-Zahlungsmethode anlegen?**.
2. Wählen Sie die Zahlungsmethode.
3. Klicken Sie **Anlegen**.

Die neue Zahlungsmethode wird angelegt, alle Felder sind vorausgefüllt.

Zahlungsmethode Saferpay

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Saferpay

Als Voraussetzung für die Nutzung von Saferpay müssen Sie sich bei Saferpay registrieren. Dazu müssen Sie sich bei Saferpay anmelden und das Paket *Saferpay eCommerce* bestellen. Dieses Paket ist die Grundlage für die Saferpay-Funktionalität im Shop. Sie können mit Saferpay einen erweiterten Leistungsumfang Ihres Paketes vereinbaren. In diesem Paket wird definiert, welche Zahlungsmöglichkeiten Ihren Kunden auf der Saferpay-Plattform angeboten werden.

Saferpay-Transaktionen

Seite: Bestellungen » Transaktionen » Saferpay

Um die Abbuchung autorisierter Beträge auszulösen, markieren Sie die betreffenden Tabelleneinträge und klicken Sie auf **Abbuchung auslösen**. Die Beträge werden über Saferpay abgebucht, der Bestellstatus wird entsprechend geändert.

Um die Details der Transaktion aufzurufen, klicken Sie auf die Transaktionsnummer. Ist die Transaktionsnummer grau, handelt es sich um eine Testtransaktion.

Abhängigkeiten

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Abhängigkeiten

Hier definieren Sie, welche Zahlungsmethode für welche Versandmethode verfügbar ist und vom Kunden ausgewählt werden kann.

Eine spezielle Zuordnung ist die Spalte *Ohne Versand*. Sie können Güter oder Dienstleistungen anbieten, für die ein Versand nicht notwendig oder sinnvoll ist, die aber bezahlt werden müssen. Über die Spalte

Ohne Versand weisen Sie den versandfreien Produkten oder Leistungen die entsprechenden Zahlungsmethoden zu. Nach dem Anlegen einer Zahlungsmethode ist das Kontrollkästchen standardmäßig aktiviert.

Hinweis: Nach dem Anlegen ist eine Zahlungsmethode standardmäßig allen Versandmethoden zugeordnet. Analog sind neue Versandmethoden allen Zahlungsmethoden zugeordnet. Löschen Sie die Markierungen für die Kombinationen, die Sie nicht anbieten.

Achten Sie darauf, dass mindestens eine Kombination aktiviert ist. Andernfalls können im Shop keine Bestellungen ausgeführt werden.

Versandoptionen

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Versandoptionen

Mit Versandoptionen bieten Sie Ihren Kunden einen Service im Zusammenhang mit der Bestellung an. Hier können Sie Angebote wie Geschenkverpackung oder ähnliches bereitstellen. Über einen Link im Warenkorb kann der Kunde diesen Service aufrufen.

Über das Eingabefeld *Anzeigename im Warenkorb* definieren Sie den Namen für diesen Link.

Versandoptionen: Details - Allgemein

Die Beschreibung wird den Kunden bei der Auswahl der Optionen angezeigt. Nutzen Sie diese, um dem Kunden alle notwendigen Informationen zur jeweiligen Versandoption zu geben.

Wenn Sie die Option *Eingabefeld anzeigen* aktivieren, kann der Kunde einen Text zur Versandoption eintragen. Dies bietet sich bei Versandoptionen wie Grußkarten an.

Versandoptionen: Details - Auswahl

In **Auswahl** stellen Sie alle Varianten einer Versandoption zusammen, aus denen sich der Kunde eine auswählen kann. Das können z. B. verschiedenen Motive einer Grußkarte sein oder die Art der Verpackung.

Jede Variante beschreiben Sie durch einen Namen oder eine kurze Erläuterung. Die Namen werden in Eingabefeldern angezeigt, Änderungen erfassen Sie direkt in den betreffenden Feldern.

Optional können Sie ein Bild hinzufügen. Zum Bereitstellen des Bildes siehe *Hochladen von Bildern, Seite 29*. Klicken Sie auf das Bild, um dieses in Originalgröße anzuzeigen

Hinweis: Die ausgewählte Variante gilt für den gesamten Warenkorb und nicht für einzelne Produkte.

Ratenzahlung

Seite: Einstellungen » Versand und Zahlung » Ratenzahlung

Für verschiedene Zahlungsmethoden können Sie Ihren Kunden Ratenzahlung anbieten. Diese aktivieren Sie in den allgemeinen Einstellungen der betreffenden Zahlungsmethode über das Optionsfeld *Ratenzahlung möglich*, siehe dazu auch *Allgemeine Eigenschaften für Zahlungsmethoden, Seite 50*.

Die einzelnen Felder für Ratenzahlung haben folgende Bedeutung:

Tabelle 4: Felder für Ratenzahlung

Feldname	Bedeutung	Feldtyp	Beispiel
Text zum Bestellschritt "Finanzierung"	Dieser Text wird auf der Webseite über der Tabelle mit den Finanzierungsmöglichkeiten angezeigt. Geben Sie hier Ihren Kunden alle notwendigen Hinweise und Informationen bezüglich Ihrer Ratenzahlungsangebote.	Textfeld	Wir bieten Ihnen für Ihre Bestellung Ratenzahlung an. Wählen Sie ...
Währung	Währung, für die Sie die Monatsraten festlegen; Pro Währung eine Tabelle	Auswahlfeld	
Mindestbetrag	Rechnungsbetrag, ab dem Sie Ratenzahlung anbieten	Eingabefeld, numerisch	1000
Zinssätze für Monatsraten	Jahreszinssatz für die Laufzeit; Die möglichen Laufzeiten sind in Monaten in den Spaltenüberschriften angegeben. Erfassen Sie Werte für die Laufzeiten, die Sie anbieten.	Eingabefeld, numerisch	5

Hinweis: Für die Zinssätze geben Sie den Jahreszinssatz ein, das System berechnet die monatlichen Beträge.

Den Kunden werden die verfügbaren Finanzierungsmodelle im Bestellprozess zur Auswahl angeboten. In der Bestellzusammenfassung wird die ausgewählte Finanzierung mit angezeigt.

In der Zeile *Zahlungsmethode* ist neben den Ratenzahlungs-Parametern auch der zusätzliche Betrag ausgewiesen, den der Kunde für die Benutzung dieser Zahlungsmethode zu zahlen hat.

Die Raten werden nach folgender Formel berechnet:

$$R = \frac{P \cdot q^Z \cdot (q - 1)}{q^Z - 1} \quad \left(\text{mit } q = 1 + \frac{\text{Zinssatz}}{12 \cdot 100} \text{ bei nachschüssiger, monatlicher Zahlung} \right)$$

Dabei ist Z die Laufzeit in Monaten und P der Bestellwert in der angegebenen Währung.

Im Bestellprozess wird neben Zinssatz und Monatsrate auch der effektive Jahreszins mit angegeben. Dieser wird iterativ berechnet. Die Vorgehensweise ist für Deutschland in der Deutschen Preisangabenverordnung (PAngV) festgelegt.

Ländereinstellungen

In den Ländereinstellungen legen Sie fest, welche Sprachen, Währungen, Länder und Regionen auf Ihrer Webseite zum Einsatz kommen. Für sprachabhängige Inhalte, wie Produktbeschreibungen und für die entsprechenden Preise in den gewählten Währungen sind Sie verantwortlich.

Sprachen

Seite: Einstellungen » Ländereinstellungen » Sprachen

Auf dieser Seite stellen Sie die Sprachen für Webseite und Administration bereit. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Sprachabhängigkeit, Seite 23*.

In der Tabelle sehen Sie alle Sprachen, die Sie für Ihre Webseite eingestellt haben. Zu jeder Sprache werden die dazugehörigen Länder mit angezeigt.

Zu jedem Land können Sie sich über das Symbol  die spezifischen Formate anzeigen lassen, die Sie bei der Datenerfassung berücksichtigen müssen.

Über das Optionsfeld in der Spalte *Voreingestellt* legen Sie die Standardsprache für die Webseite fest. Es können nur solche Einträge als voreingestellt markiert werden, die auch sichtbar geschaltet sind.

Über die Sortierung in der Spalte *Sortierung Sprache* legen Sie fest, in welcher Reihenfolge die Sprachen im Auswahlfeld für die Übersetzungsfelder stehen, siehe *Sprachabhängigkeit, Seite 23*.

Über die Sortierung in der Spalte *Sortierung Land* legen Sie fest, in welcher Reihenfolge die Länder auf der Webseite angezeigt werden.

Um eine neue Sprache hinzuzufügen, wählen Sie diese aus dem Auswahlfeld unterhalb der Tabelle und bestätigen mit **Speichern**.

Hinweis: Die im Auswahlfeld aufgeführten Sprachen sind Bestandteil der Installation. Sollten Sie zusätzliche Sprachen benötigen, setzen Sie sich mit Ihrem Provider in Verbindung.

Voraussetzung für das Löschen einer Sprache ist, dass keines der zugehörigen Länder als *voreingestellt* markiert ist und alle *nicht sichtbar* geschaltet sind. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, löschen Sie eine Sprache wie unter *Löschen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben. Die Sprache steht weiterhin im Auswahlfeld zur Verfügung.

Achtung: Produktdaten und Inhalte müssen sprachrelevant von Ihnen gepflegt werden. Sobald Sie eine weitere Sprache aktiviert haben, prüfen Sie alle Objekte (Produkte, Kategorien etc.) auf sprachabhängige Felder und tragen Sie die Übersetzungen ein. Sind die Daten in den entsprechenden Sprachen nicht erfasst, können sie nicht angezeigt werden.

Sobald Sie für Ihre Webseite mehr als eine Sprache eingerichtet haben, sollten Sie Ihren Besuchern eine Sprachauswahl anbieten. Dafür steht Ihnen ein entsprechendes Seitenelement zur Verfügung. Zur Arbeit mit Seitenelementen lesen Sie *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Währungen

Seite: Einstellungen » Ländereinstellungen » Währungen

Auf dieser Seite stellen Sie die Währungen bereit, aus denen sich Ihre Kunden eine bevorzugte auswählen können. Die vom Kunden gewählte Währung bleibt dann solange aktiv, bis explizit eine andere ausgewählt oder die Sitzung beendet wird.

Über das Optionsfeld in der Spalte *Voreingestellt* legen Sie die Standardwährung für den Shop fest. Es können nur solche Einträge als voreingestellt markiert werden, die auch sichtbar geschaltet sind.

Um eine neue Währung hinzuzufügen, wählen Sie diese aus dem Auswahlfeld unterhalb der Tabelle und bestätigen mit **Speichern**.

Um eine Währung zu löschen, gehen Sie vor wie unter *Löschen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben. Die Währung steht weiterhin im Auswahlfeld zur Verfügung.

Hinweis: Die aufgeführten Währungen sind Bestandteil der Installation. Sollten Sie eine zusätzliche Währung verwenden wollen, setzen Sie sich mit Ihrem Provider in Verbindung.

Achtung: Produkte, für die in einer Währung keine Preise erfasst wurden, lassen sich bei Verwendung dieser Währung nicht zum Warenkorb hinzufügen.

Für den Fall, dass Sie Produkte kostenlos anbieten wollen, zum Beispiel Prospekte oder Broschüren, tragen Sie als Preis 0,00 ein.

Spezialfall Schweizer Franken

Auf Grund der Tatsache, dass in der Schweiz als kleinste Währungseinheit 5 Rappen verwendet werden, müssen auch alle Preise auf 5 Rappen gerundet sein, das heißt alle Preise enden in der zweiten Nachkommastelle auf 5 oder 0.

Sobald Sie Preise in der Währung *Schweizer Franken* erfassen, prüft das System die Eingabe und rundet bei Notwendigkeit entsprechend.

Länder

Seite: Einstellungen » Ländereinstellungen » Länder

Hier bestimmen Sie die Länder, welche den Benutzern Ihrer Webseite bei der Registrierung oder bei der Eingabe von Adressdaten zur Auswahl stehen.

Um ein neues Land in die Liste aufzunehmen, wählen Sie dieses aus dem Auswahlfeld unterhalb der Tabellen und klicken **Speichern**.

Um ein Land aus der Tabelle zu löschen, gehen Sie vor, wie unter *Löschen von Datensätzen, Seite 21*, beschrieben. Dabei wird der Eintrag aus der Tabelle gelöscht, das Land ist aber weiterhin im Auswahlfeld unterhalb der Tabelle enthalten und kann jederzeit wieder eingefügt werden.

Hinweis: Beachten Sie, dass Sie für die von Ihnen vorausgewählten Länder die Bestellabwicklung und den Versand gewährleisten müssen. Richten Sie also nur die Länder ein, in die Sie zu den gegebenen Konditionen liefern können.

Regionen

Seite: Einstellungen » Ländereinstellungen » Regionen

Regionen sind die Grundlage für gebietsspezifische Versand- und Zahlungsmethoden. Über Regionen definieren Sie, welche Versand- und Zahlungsmethoden Ihren Kunden in verschiedenen Ländern zur Verfügung stehen.

Basis für Regionen sind die Länder, welche Sie unter **Einstellungen » Ländereinstellungen » Länder** eingestellt haben. Siehe dazu *Länder, oben*. Diese Länder können zu Regionen zusammengefasst werden. Gegen die Länder einer Region werden im Bestellprozess die Länder der jeweiligen Liefer- oder Rechnungsadresse geprüft.

Um eine neue Region anzulegen, tragen Sie den Namen der Region in das Eingabefeld der letzten Zeile ein. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Ordnen Sie danach in den Details der Region die entsprechenden Länder zu. Siehe dazu *Regionen - Details - Allgemein, Seite 61*.

Um eine Versand- oder Zahlungsmethode für eine bestimmte Region zur Verfügung zu stellen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Nehmen Sie das entsprechende Land oder die Länder für die Region in die Länderliste unter **Einstellungen » Ländereinstellungen » Länder** auf. Siehe dazu *Länder, oben*.
2. Legen Sie eine neue Region an.

3. Wählen Sie in den Details der Region die entsprechenden Länder aus. Siehe dazu *Regionen - Details - Allgemein, unten*.
4. Rufen Sie die Versand- oder Zahlungsmethode auf und wählen Sie im Auswahlfeld *Nutzung für folgende Adressen erlauben* die gewünschte Region aus. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Beachten Sie folgende Hinweise bei der Anwendung von Regionen:

- Eine neue Versand- oder Zahlungsmethode ist standardmäßig für alle Länder des Shops verfügbar.
- Sind in einer Region keine Länder ausgewählt, kann diese nicht für eine Versand- oder Zahlungsmethode eingestellt werden.
- Werden alle Länder einer Region gelöscht, sind die zugehörigen Versand- und Zahlungsmethoden wieder für alle Länder des Shops verfügbar.
- Der Kunde erhält einen Hinweis, falls er das Liefer- oder Rechnungsland ändert und eine eventuell vorher ausgewählte Methode nicht mehr zur Verfügung steht.
- PayPal Express und Google Checkout können regional nicht eingeschränkt werden, da die Rechnungsadresse noch nicht bekannt ist. Diese Zahlungsmethoden benötigen daher die genannten Einstellungen in der Administration nicht. Die diesen Zahlungsmethoden zugeordneten Versandmethoden müssen mindestens die Länder unterstützen, welche im jeweiligen Bezahlssystem als Lieferland ausgewählt werden können.
- Mit Hilfe der Regionen können Sie für verschiedene Versandgebiete verschiedene Preise definieren: Sie haben z. B. für den Versand per UPS in Deutschland einen anderen Preis als für den UPS-Versand in andere EU-Staaten. Legen Sie dafür zwei Regionen an, *Deutschland* und *EU*. Legen Sie danach zwei Versandmethoden an, *UPS-Deutschland* und *UPS-EU (Außer Deutschland)*. Weisen Sie den Versandmethoden die entsprechende Region zu.
- Die Methoden sollten so benannt werden, dass der Kunde gleich erkennt, für welche Region eine Methode gültig ist.

Regionen - Details - Allgemein

Den Namen der Region bearbeiten Sie im Feld *Bezeichner*.

In der Tabelle sehen Sie alle Länder, die Sie über **Einstellungen** » **Ländereinstellungen** » **Länder** bereitgestellt haben.

E-Mail-Einstellungen

Das System stellt verschiedene Benachrichtigungs-, Bestätigungs- und Informations-E-Mails bereit. Sie legen fest, welche dieser E-Mails an die Kunden versandt werden. Dafür müssen Sie bestimmte Voreinstellungen festlegen und die Versendung der betreffenden E-Mails aktivieren.

In den allgemeinen E-Mail-Einstellungen stellen Sie Werte ein, die für alle E-Mail-Ereignisse gültig sind.

Für alle E-Mail-Adressen können Sie erweiterte E-Mail-Adressen in der Form *Name <emailadresse>* verwenden.

Es können mehrere Adressen eingetragen werden, Trennzeichen ist das Semikolon.

Die Codierung bestimmt, wie Ihre Textzeichen in der E-Mail codiert und verarbeitet werden; *Unicode* ist eine Einstellung, mit der alle bekannten Zeichen verarbeitet werden können z. B. auch Umlaute.

Achtung: Solange die E-Mail-Standard-Absenderadresse nicht eingetragen ist, werden keine Ereignis-E-Mails versendet.

Hinweis: Die Absenderadresse ist der Standardabsender für alle Benachrichtigungs-E-Mails. Sie wird verwendet, wenn für die einzelnen Benachrichtigungs-E-Mails keine spezielle eingetragen ist.

E-Mail-Einstellungen – Ereignisse

Seite: *Einstellungen » E-Mail-Einstellungen » Ereignisse*

Die Tabelle zeigt alle E-Mails, die vom System an Kunden und in Ausnahmefällen auch an den Administrator versendet werden.

Aktivieren Sie den Versand, indem Sie das zu Ereignis gehörende Kontrollkästchen markieren. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Sie können jede Benachrichtigungs-E-Mail separat konfigurieren. Klicken Sie dazu auf den Namen des betreffenden Ereignisses, um zu den Details zu gelangen.

Ereignis-E-Mails - Details

Für die einzelnen Ereignisse können Sie noch verschiedene Empfänger eintragen und zusätzliche Texte erfassen. Die Felder werden in den E-Mails prinzipiell wie folgt verwendet:

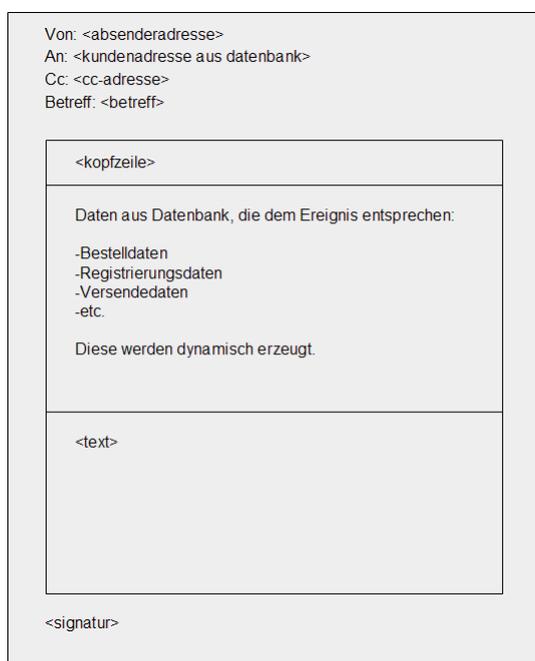


Abbildung 6: Verwendung der einzelnen Felder in der E-Mail

Sonderfall : E-Mails für den Händler

Bestimmte Ereignis-E-Mails werden vom System ausschließlich an den Händler gesendet:

- *Warnung für Mindestlagerbestand erreicht*
- *Produkt ausverkauft*
- *Änderungen einer Benutzeradresse*
- *ClickandBuy – Fehler-E-Mail*
- *Anfrage zum Produkt*
- *Produktbewertung*
- *E-Mail aus dem Kontaktformular*

Für diese E-Mails gibt es in den allgemeinen Eigenschaften ein zusätzliches Eingabefeld *Empfängeradresse*. In dieses Feld tragen Sie die Adresse der Person ein, die sich bei Ihnen um die Bearbeitung der angegebenen Themen kümmert.

Bezüglich der Kundenkontakt-E-Mail ist folgendes zu beachten:

- Damit die Kunden das Kontaktformular nutzen können, müssen Sie das Kontaktformular als Seitenelement auf Ihrer Webseite platzieren, siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.
- Das Kontaktformular wird erst dann auf der Webseite angezeigt, wenn für das E-Mail-Ereignis eine Empfängeradresse eingetragen ist.

Warenkorbeinstellungen

Hier konfigurieren Sie das Verhalten des Warenkorbes beim Eintreten bestimmter Ereignisse und definieren Grundeinstellungen für den Bestellprozess.

Warenkorb

Seite: Einstellungen » Warenkorbeinstellungen » Warenkorb

Folgende Aktionen und Einstellungen legen Sie fest:

Über die Einstellung *Aktion "Hinzufügen zum Warenkorb"* legen Sie fest, was passiert, nachdem der Kunde ein Produkt in der Warenkorb gelegt hat.

Über die Einstellung *Hinzufügen des gleichen Produktes* legen Sie fest, was passiert, wenn der Kunde ein Produkt in den Warenkorb legt, welches dort schon vorhanden ist.

Über die Einstellung *Darstellung der Funktion "Hinzufügen zum Warenkorb"* legen Sie fest, wie die Schaltfläche aussieht, mit deren Hilfe der Kunde Produkte zum Warenkorb hinzufügt.

Falls Sie einen Mindestbestellwert festlegen, können Sie einstellen, welche Teile des Warenkorbes bei der Berechnung des Bestellwertes mit berücksichtigt werden. Wählen Sie dazu eine Möglichkeit aus dem Auswahlfeld *Preis für den Mindestbestellwert bezieht sich auf Summe der...* . Der so berechnete Bestellwert wird mit dem Mindestbestellwert verglichen. Diese Einstellung ist unabhängig vom eingestellten Steuermodell, sie gilt also für Brutto- und Nettowerte. Sie können also nicht für unterschiedliche Steuermodelle unterschiedliche Mindestbestellwerteinstellungen festlegen.

Standardmäßig wird das Steuergebiet automatisch entsprechend der Kundenadresse zugeordnet. Über die Einstellung *Auswahl des Steuergebietes im Warenkorb ermöglichen* können Sie Ihren Kunden gestatten, im Warenkorb das Steuergebiet selbst auszuwählen. Sie als Händler müssen dann manuell prüfen, ob die Rechnungsadresse des Kunden mit dem ausgewählten Steuergebiet übereinstimmt beziehungsweise ob die Kunden berechtigt sind, für das ausgewählte Steuergebiet einzukaufen.

Texte

Seite: Einstellungen » Warenkorbeinstellungen » Texte

Oft ist es notwendig, den Kunden im Shop bei der Bestellung Hinweise und ergänzende Informationen anzuzeigen. Dafür stehen Ihnen folgende Stellen zur Verfügung:

- oberhalb des Warenkorbes
- unterhalb des Warenkorbes
- auf der Bestellbestätigungsseite

Sie können Ihre Kunden dazu veranlassen, während des Bestellprozesses Ihre AGB zu akzeptieren. Dazu gibt es ein Kontrollkästchen mit einem entsprechenden Text. Diesen Text können Sie bei Bedarf hier anpassen.

Registrierung

Seite: Einstellungen » Warenkorbeinstellungen » Registrierung

Hier definieren Sie die Inhalte der Formulare, welche die Besucher der Webseite eventuell ausfüllen müssen. Das sind:

- Anmeldeformular für die Registrierung (Neuanmeldung)
- Eingabe der Rechnungsadresse bei Registrierung, Bestellung oder in **Mein Konto**
- Eingabe der Lieferadresse bei Bestellung oder in **Mein Konto**

Markieren Sie das Kontrollkästchen in der Spalte *Sichtbar*, um das entsprechende Feld im Formular anzuzeigen.

Markieren Sie das Kontrollkästchen in der Spalte *Erforderlich*, um das entsprechende Feld im Formular als Pflichtfeld einzufügen.

Die Adressfelder werden im Formular länderspezifisch angeordnet. Basis dafür ist die Sprache, welche der Kunde aktuell für den Shop ausgewählt hat.

Im oberen Teil der Tabelle sehen Sie die Systemattribute. Diese sind standardmäßig angelegt. Sie können diese Felder nutzen, aber nicht verändern.

Im unteren Teil der Tabelle aktivieren Sie alle Attribute, die Sie selbst über **Kunden** » **Kundenattribute** angelegt haben. Siehe dazu *Kundenattribute*, Seite 92. Klicken Sie auf den Namen, um die Details zu bearbeiten.

Hinweis: Um Ihren Kunden Bestellbestätigungen und andere E-Mails des Systems senden zu können, müssen Sie das Feld *E-Mail* als erforderlich markieren.

Produkteinstellungen

Allgemein

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Allgemein

Hier legen Sie fest, ob die Produktnummern im Shop in Produktlisten und auf den Produktdetailseiten als Bestellnummer mit angezeigt werden.

Sobald die Preise für die Variationen eines Produktes unterschiedlich sind, können Sie eine entsprechende Preisinformation angeben. Wenn Sie z.B. als Standard die preiswerteste Variation anzeigen, sollten Sie für den Preis schreiben : "ab xx €".

Lager

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Lager

Legen Sie fest, wie der Bestellprozess im Shop ablaufen soll, wenn ein zu bestellendes Produkt nicht mehr vorhanden ist, wenn der Lagerbestand gleich oder kleiner 0 ist.

Die Funktion setzt voraus, dass Sie das Feld *Lagerbestand* für die Produkte ausfüllen. Ist das Feld nicht belegt, wird die ausgewählte Option nicht berücksichtigt.

Wenn ein Produkt während einer Bestellung den Lagerbestand 0 erreicht, wird bei den Optionen mit Bestellstopp nur die verfügbare Menge in den Warenkorb übernommen. Beispiel: Es sind zum Beispiel 2 Stück vorhanden und es werden 4 Stück bestellt. In den Warenkorb werden nur die vorhandenen 2 Stück übernommen.

Durch das Erhöhen des Lagerbestandes wird ein vorher ausverkauftes Produkt nicht automatisch wieder *sichtbar* gesetzt, da es aus anderen Gründen den Status *nicht sichtbar* haben kann. Sie müssen das Produkt entweder in den Details oder per Stapelverarbeitung *sichtbar* setzen, siehe *Produkte*, Seite 69.

Sie selbst können sich vom System informieren lassen, sobald ein Produkt den Lagerbestand 0 oder den Mindestlagerbestand erreicht beziehungsweise unterschritten hat. Konfigurieren Sie dazu die entsprechenden E-Mails in den E-Mail-Einstellungen. Lesen Sie dazu *E-Mail-Einstellungen – Ereignisse, Seite 62*.

Auto Cross-Selling

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Auto Cross-Selling

Im Gegensatz zum manuellen Cross-Selling, siehe *Produktdetails – Cross-Selling, Seite 80*, wird beim automatischen Cross-Selling das Kaufverhalten der Kunden ausgewertet (nach dem Prinzip *Kunden die dieses Produkt gekauft haben, haben auch folgende Produkte gekauft*). Dafür werden die Daten gespeichert, wie oft ein Produkt zusammen mit anderen gekauft wird.

Legen Sie fest, wie viele Produkte als Auto Cross Selling-Produkte zu einem Produkt mit angezeigt werden.

Im Feld *Minimale Übereinstimmung* stellen Sie ein, wie oft ein Produkt mit anderen verkauft werden muss, um als Auto Cross Selling-Produkt angezeigt zu werden.

Hinweis: Die Funktion kann die Anzeige der Produkte verlangsamen, weil dafür mehrere Produkte aus der Datenbank gelesen und statistische Informationen gepflegt und ausgewertet werden müssen. Aus dem gleichen Grund werden die statistischen Auswertungen nicht sofort und ständig vorgenommen. Die Statistiken werden verzögert zu Zeiten erstellt, wenn sich wenige Benutzer auf dem System befinden (meistens nachts).

Texte

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Texte

Je nach verwendetem Steuermodell werden die Preise im Shop mit oder ohne enthaltene Mehrwertsteuer angezeigt. Zu den Preisen wird ein Text angezeigt, der auf das aktuelle Steuermodell hinweist. Wählen Sie die Sektion, welche mit Ihrem Steuermodell zur Anzeige der Preise auf der Webseite übereinstimmt.

In den Texten sollten Sie Ihre Kunden auf enthaltene oder nicht enthaltene Mehrwertsteuer und zusätzliche Versandkosten hinweisen. In Deutschland ist zum Beispiel für Bruttopreise der Zusatz *Preis inkl. MwSt., zzgl. Versand* üblich.

Den Text können Sie wahlfrei gestalten, sowohl für die Preisangabe in der Einzahl und für die Preisangabe in der Mehrzahl. Die Texte können formatiert werden. Zur Formatierung lesen Sie *Bearbeitung von Textfeldern, Seite 27*.

Weiterhin können Sie zum aktuellen Listenpreis einen Vergleichspreis anzeigen. Dem Vergleichspreis können Sie einen erklärenden Text voranstellen. Erfassen Sie diesen im Feld *Text vor dem Vergleichspreis*. Zusätzlich können Sie den Preis durchgestrichen darstellen. Markieren Sie dazu das Kontrollkästchen *Vergleichspreis durchstreichen*. In der Vorschau sehen Sie sofort die Darstellung des Vergleichspreises im Shop. Zum Vergleichspreis und zur Anwendung lesen Sie *Vergleichspreis Seite 73*.

Produktvergleich

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Produktvergleich

Hier können Sie Ihren Kunden die Möglichkeit eines Produktvergleiches im Shop freischalten.

Ist die Option aktiv, kann der Kunde im Shop wahlfrei Produkte markieren und vergleichen lassen. Die Produkte werden in einer Tabelle mit allen sichtbaren Attributen gegenübergestellt. Aus dieser Tabelle heraus kann der Kunde einzelne Produkte in den Warenkorb legen oder als Merkzettel speichern.

Merklisten

Registrierte Kunden können Merklisten in *Mein Konto* speichern. In diesen Merklisten können Produkte, Warenkörbe oder Bestellungen gespeichert werden. Dazu sind Links auf den entsprechenden Seiten sichtbar.

Über die Option steuern Sie die Sichtbarkeit der Merklistenfunktion.

eBay-Einstellungen

Über die eBay-Schnittstelle können Sie Ihre Produkte bei eBay anbieten. Die Grundlagen dazu und wie Sie Angebote einrichten und verwalten lesen Sie in *eBay, Seite 150*.

Vorbereitungen

Die Nutzung der eBay-Integration setzt voraus, dass Sie sich mit den Funktionen und Regeln der eBay-Plattform und von Angeboten an sich vertraut machen. eBay stellt dazu auf seiner Seite entsprechende Informationen zur Verfügung.

Melden Sie sich bei eBay als Verkäufer an. Nur mit gültigen Verkäufer-Anmeldedaten können Sie Angebote aus dem Shop zu eBay übertragen, dort anbieten und Bestelldaten empfangen. Alle notwendigen Verkäuferinformationen erhalten Sie auf der eBay-Seite unter dem Punkt *Verkaufen*.

Benachrichtigungs-E-Mail einrichten

Nach Beendigung eines Angebots erhält der betreffende Kunde eine E-Mail vom Shopsystem mit dem Hinweis, die Zahlung durchzuführen. Diese E-Mail ist eine automatische System-E-Mail mit vorkonfiguriertem Standard-Inhalt. Sie können aber auch noch eigene Hinweise, Informationen oder Werbung hinzufügen. Rufen Sie dazu unter **Einstellungen » E-Mail-Einstellungen » Ereignisse** die E-Mail bezüglich eBay auf. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen, Seite 61*.

Allgemeine Einstellungen

Seite: Einstellungen » eBay-Einstellungen » Allgemein

Legen Sie fest, wann der Lagerbestand des entsprechenden Produktes aktualisiert wird, wenn Sie ein Angebot bei eBay platzieren.

Definieren Sie eine Standardbewertung, die für abgeschlossene Angebote als Voreinstellung verwendet wird. Sie können diese Bewertung für jedes Angebot bei Bedarf überschreiben. Beachten Sie, dass Sie als Verkäufer nur positive Bewertungen abgeben können.

eBay-Konten

Seite: Einstellungen » eBay-Einstellungen » eBay-Konten

eBay betreibt für verschiedene Länder separate Auktionsplattformen. Pro Land, für das Sie eBay-Angebote erstellen möchten, müssen Sie ein eigenes eBay Konto hier in der Shop-Administration einrichten. Dadurch werden bestimmte Einstellungen wie Kategorieliste oder verfügbare Versand- und Zahlungsmethoden festgelegt.

Sie können ein Konto nur anlegen, wenn die dafür notwendige Sprache und Währung eingerichtet sind. Siehe dazu auch *Ländereinstellungen, Seite 58*.

Um ein Konto zu löschen, gehen Sie vor, wie unter *Löschen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben. Folgende Konten können nicht gelöscht werden:

- Wenn noch Angebote für dieses Konto existieren
- Wenn das Konto in den Vorgabewerten als Standardkonto eingestellt ist, siehe *Vorgabewerte, Seite 154*.

Hinweis: Falls Sie ein Konto für ein Land einrichten wollen, welches nicht in der Auswahlliste aufgeführt ist, wenden Sie sich an Ihren Provider.

eBay-Konten – Details

Seite: Einstellungen » eBay-Einstellungen » eBay-Konten » [konto] » Allgemein

Tragen Sie hier den Standort Ihres Shops ein. Der Inhalt der Auswahlfelder wird durch die zugeordnete Auktionsplattform vorgegeben.

Sie müssen das aktuelle eBay-Konto gegen über der eBay-Plattform authentifizieren. Voraussetzung dafür ist ein Verkäuferkonto bei eBay.

Diesen Authentifizierungs-Mechanismus hat eBay eingeführt, um die Sicherheit zu erhöhen.

Ohne Authentifizierung können Sie keine Daten mit eBay austauschen. Die Authentifizierung ist zeitlich begrenzt, muss also in gewissen Intervallen erneut durchgeführt werden. Das System prüft regelmäßig Ihre Authentifizierung. Ist diese aus irgendeinem Grund nicht mehr gültig, erhalten Sie automatisch eine E-Mail mit einer entsprechenden Fehlermeldung. Voraussetzung für den Erhalt der E-Mail ist die Angabe der Standard-Absender-E-Mail-Adresse in den E-Mail-Einstellungen. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen, Seite 61*.

Sie haben folgende Möglichkeiten, ein Konto zu authentifizieren:

- Klicken Sie auf **Authentifizierung anfordern**.

Daraufhin müssen Sie sich bei eBay anmelden. eBay prüft Ihre Daten und generiert einen entsprechenden Token. Um diesen auf Ihren Shop zu übertragen, müssen Sie auf der eBay-Seite Ihre Zustimmung geben. Sie werden zurück in den Shop geleitet und sehen als Ergebnis eine bestätigte Authentifizierung in den Kontodetails.

- Übernahme eines gültigen Tokens eines anderen Kontos

Sollten Sie bereits ein Konto mit einer gültigen Authentifizierung besitzen, könne Sie diese gleich für ein neues Konto übernehmen. Die entsprechende Funktion wird in den Details des neuen Kontos angezeigt.

Hinweis: Die Authentifizierung kann nur von Live-Systemen übernommen werden.

Vorlagen

Seite: Einstellungen » eBay-Einstellungen » Vorlagen

eBay bietet die Möglichkeit, die Angebote in einem eigenen Design und Layout zu präsentieren. Diese Möglichkeit können Sie auch aus Ihrer Shop-Administration heraus nutzen, indem Sie die vorhandenen Vorlagen verwenden oder eigene erstellen.

In der Sektion *Auswahl von Mustervorlagen* stehen vorbereitete Vorlagen zur Verfügung, welche Sie in die Tabelle übernehmen und bei Bedarf bearbeiten können.

Um eine neue Vorlage in die Liste einzutragen, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Gehen Sie vor, wie unter *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben.

- Wechseln Sie in die Sektion **Auswahl von Mustervorlagen**. Wählen Sie auf der Seite eine Vorlage aus und klicken Sie auf **Übernehmen**.

In den Details können Sie den Namen und den Text der Vorlage bearbeiten, siehe dazu *Bearbeitung von Textfeldern*, Seite 27. In den Text können Sie Platzhalter für Produktattribute einfügen. Bei der Erstellung des Angebots werden hier dann die konkreten Werte für das jeweilige Produkt eingesetzt. Diese Platzhalter finden Sie rechts neben dem Textfeld. Um einen Platzhalter einzufügen, klicken Sie auf den dessen Namen. Der Platzhalter wird an der Cursorposition eingesetzt.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Wie Sie diese Vorlagen Ihren eBay-Angeboten zuordnen, lesen Sie in der Beschreibung des eBay-Assistenten unter *Titel*, Seite 152.

Hinweis: Aus Sicherheitsgründen schränkt eBay die Verwendung von aktiven Seiteninhalten wie JavaScript, Flash etc. ein. Sollten Sie solche Elemente in den Vorlagen verwenden, kann es sein, dass Ihre Seiten bei eBay nicht entsprechend angezeigt werden. Prüfen Sie daher, wie Ihre Angebote bei eBay dargestellt werden und passen bei Notwendigkeit Ihre Vorlagen entsprechend an.

Einstellungen für Bestelldokumente

Bestelldokumente können als PDF-Dokumente erzeugt und per E-Mail versendet werden. Sie können Grundeinstellungen für Texte und Rechnungsversand definieren.

Texte

Für jeden Dokumententyp können Sie eine Druckvorlage erstellen. Diese wird auch für die Erzeugung des jeweiligen PDF-Dokumentes verwendet.

Die Vorlage wird mit Beispieldaten und Eingabebereichen für Text angezeigt. Klicken Sie in ein Textfeld, um den entsprechenden Bereich der Vorlage zu bearbeiten.

Den Ausdruck der Kopf- und Fußzeile steuern Sie über die Option *Kopf- und Fußzeile anzeigen*. Wenn Sie für den Ausdruck Firmenpapier mit vorgedruckter Kopf- und Fußzeile verwenden, aktivieren Sie *Nur auf PDF-Dokumenten*. In dem Fall werden Kopf- und Fußzeile der Druckvorlage nur im PDF-Dokument angezeigt, der Aufdruck auf dem Papier werden nicht überschrieben.

Rechnungen in E-Mails

Sie können festlegen, dass beim Setzen bestimmter Bestellstatus automatisch eine E-Mail mit der Rechnung als PDF-Dokument versendet wird.

Die Rechnung muss vorher erzeugt werden. Sind mehrere Rechnungen vorhanden, wird die zuletzt angelegte versendet.

Die entsprechenden Kontrollkästchen können erst markiert werden, wenn das dazugehörige E-Mail-Ereignis aktiviert wurde. Klicken Sie dazu auf den Link des zum Kontrollkästchen gehörigen E-Mail-Ereignisses. Stellen Sie in den angezeigten Details des Ereignisses die Option *Aktiviert auf Ja*.

6. Produkte

Seite: Produkte

In der Tabelle werden alle Einzel- und Hauptprodukte und Produkt-Bundles aufgelistet. Um die Variationen zu den Hauptprodukten in der Tabelle mit anzuzeigen, müssen Sie eine Suche ausführen.

Um die Details eines Produkts aufzurufen, klicken Sie auf den Namen. Klicken Sie auf das Symbol links neben der Produktnummer, öffnet sich ein neues Browserfenster mit den Produktdetails.

Zur Bearbeitung der Tabelleneinträge stehen Ihnen Stapelverarbeitungsaktionen zur Verfügung. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Stapelverarbeitung in Tabellen, Seite 22*. Folgende besondere Aktionen können Sie ausführen:

Tabelle 5: Besondere Stapelverarbeitungsaktionen für Produkte

Aktion	Bemerkung
Duplizieren	Die Kopie wird vom System als neues Produkt mit einer eigenen neuen Produktnummer angelegt, da jede Produktnummer nur einmal vorhanden sein darf. Das Duplikat wird als <i>nicht sichtbar</i> angelegt.
Exportieren	Exportieren der markierten Produkte. Siehe <i>Export, Seite 32</i> .
Kategorie zuweisen	Die Kategorieauswahl erfolgt im zweiten Schritt nach Starten der Aktion über ein Auswahlfeld. Sobald eine bestimmte Anzahl an Kategorien für den Shop überschritten ist, können Sie die Zielkategorie über einen speziellen Kategorie-Browser auswählen.
Produktportale zuweisen...	Zuweisen der markierte Produkte zu aktiven Produktportalen in zwei Schritten: 1. Markieren Sie die entsprechenden Produkte und starten Sie die Aktion. 2. Wählen Sie die Portale, in deren Exportliste die Produkte aufgenommen werden sollen und beenden die Aktion mit Zuweisen . Wenn für ein Portal die Option <i>Alle Produkte exportieren</i> aktiv ist, kann es an dieser Stelle nicht ausgewählt werden. Siehe auch <i>Produktportale, Seite 145</i> .
Markierung <i>Neu</i> setzen	Markierte Produkte werden sofort als <i>Neu</i> gekennzeichnet.
Markierung <i>Neu</i> entfernen	Markierte Produkte werden nicht mehr als neue Produkte angezeigt.

Wie Sie ein neues Produkt anlegen, lesen Sie in *Anlegen eines Einzelproduktes, unten*.

Die Funktion zum Löschen aller Produkte finden Sie unter den **Produkteinstellungen** auf der Karteikarte **Allgemein**.

Anlegen eines neuen Produktes

Für das Anlegen eines neuen Produktes bietet das Untermenü folgende Möglichkeiten:

- Anlegen eines Einzelproduktes, siehe *Anlegen eines Einzelproduktes, unten*
- Anlegen eines Produktes mit Variationen, siehe *Anlegen eines Produktes mit Variationen, Seite 70*
- Anlegen eines Produkt-Bundles, siehe *Anlegen eines Produkt-Bundles, Seite 70*

Anlegen eines Einzelproduktes

Zum Anlegen eines neuen Einzelproduktes haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Direkteingabe in die Tabelle
- Funktion **Neu** » **Produkt** im Untermenü

Für die Direkteingabe stehen Ihnen die Eingabefelder in der letzten Tabellenzeile zur Verfügung. Gehen Sie vor, wie unter *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Für direkt in der Tabelle angelegte Produkte gelten folgende Festlegungen:

- Die Produktnummer ist ein Pflichtfeld.
- Der eingegebene Name gilt für die Administrationssprache.
- Der eingegebene Preis gilt für die in der Tabelle angezeigte Währung.
- Das neue Produkt ist *nicht sichtbar* gesetzt.
- Das neue Produkt ist keiner Kategorie zugeordnet.
- Dem neuen Produkt wird der Standard-Produkttyp zugewiesen.

Alle anderen Parameter bearbeiten Sie in den Produktdetails, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 73*.

Bei der Anlage über das Untermenü **Neu** gelangen Sie auf die Seite, auf der Sie die allgemeinen Produktdetails erfassen können. Tragen Sie zuerst in das Feld *Produktnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 73*.

Nach dem Speichern der allgemeinen Produktdetails, werden alle Karteikarten freigeschaltet. Erfassen Sie die weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 74 ff.* beschrieben.

Hinweis: Die Sichtbarkeit ist standardmäßig auf *nicht sichtbar* gesetzt. Wenn alle Daten erfasst sind, schalten Sie das Produkt auf *sichtbar*, um es im Shop anzuzeigen.

Anlegen eines Produktes mit Variationen

Um ein Produkt mit Variationen direkt anzulegen, klicken Sie im Untermenü **Neu** den Link **Produkt mit Variationen**.

Sie gelangen auf die Seite, auf der Sie die allgemeinen Produktdetails erfassen. Tragen Sie zuerst in das Feld *Produktnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 73*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Danach werden Sie sofort in den Variationsassistent geleitet, siehe dazu *Variationsassistent, Seite 77*.

Die Grundlagen zu Variationen lesen Sie in *Produktdetails - Variationen, Seite 76*.

Nach dem Anlegen der Variationen werden alle weiteren Karteikarten freigeschaltet. Erfassen Sie die weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 74 ff.* beschrieben.

Anlegen eines Produkt-Bundles

Ein Produkt-Bundle ist ein Paket oder Set von zusammengehörigen Produkten, die zusammen für einen gemeinsamen Preis angeboten werden.

Um ein Produkt-Bundle anzulegen, klicken Sie im Untermenü **Neu** den Link **Produkt-Bundle**.

Sie gelangen auf die Seite, auf der Sie die allgemeinen Produktdetails erfassen. Tragen Sie zuerst in das Feld *Produktnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 73*. Folgende Ausnahmen sind zu beachten:

- In die Felder *Lagerbestand* und *Mindestlagerbestand* können Sie keine Werte eintragen. Diese ergeben sich aus den jeweils kleinsten Werten der Einzelprodukte.
- Das Feld *Referenzeinheit* und das dazugehörige Feld *Im Produkt enthalten* sind inaktiv, da die Pakete auf Grund der individuellen Zusammenstellung nicht mit anderen Produkten vergleichbar sind.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Nach dem Speichern werden die weiteren Karteikarten freigeschaltet. Sie werden sofort auf die Karteikarte **Bundle-Produkte** geleitet. Diese Karteikarte gibt es für die Produkt-Bundles an Stelle der Karteikarte **Variationen**. Erfassen Sie hier die zugehörigen Produkte, siehe dazu *Bundle-Produkte, unten*. Erfassen Sie danach alle weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 74 ff* beschrieben.

Bundle-Produkte

Für das Produkt-Bundle müssen Sie die Produkte auswählen und zusammenstellen, die letztendlich das Paket ausmachen. Dies sind die Bundle-Produkte.

In der Tabelle sehen Sie die Produkte, die zu dem aktuellen Produkt-Bundle gehören. Um die Details eines Produkts aufzurufen, klicken Sie auf den Namen. Klicken Sie auf das Symbol links neben der Produktnummer, öffnet sich ein neues Browserfenster mit den Produktdetails.

Um ein Produkt aus dem Produkt-Bundle zu entfernen, markieren Sie dieses und klicken Sie auf **Zuweisung aufheben**. Das Produkt wird ohne Sicherheitsabfrage aus der Tabelle entfernt. Das Produkt selbst wird nicht gelöscht.

Unter der Produktliste wird die Summe der Einzelpreise dem Bundle-Preis gegenübergestellt und die Preisdifferenz angezeigt. Der Beitrag eines Produktes zur Gesamtsumme ergibt sich aus eingestellter Menge und jeweiligem Listenpreis. Nach jedem Speichern werden diese Werte aktualisiert.

Import und Export von Produkt-Bundles

Der Import bzw. Export von Bundles ist eine Kombination aus dem Import/Export der beteiligten Produkte und den entsprechenden Zuweisungen.

Die verwendeten Produkte müssen vorhanden sein. Legen Sie beteiligte Produkte manuell an oder importieren Sie diese, bevor Sie die Bundle-Zuweisungen importieren. Durch den Import von Bundle-Zuweisungen werden fehlende Produkte nicht angelegt.

Die Bundle-Zuweisungen werden in den Import- und Exportdateien für das Cross-Selling mit abgebildet. Deshalb müssen Sie nach dem Produktimport einen Cross-Selling-Import durchführen.

Um ein Produkt-Bundle zu importieren, gehen Sie wie folgt vor:

1. Erstellen Sie eine Datei für den Produktimport, welche die Daten für alle Produkte enthält, die zum Bundle gehören. Orientieren Sie sich dabei an einer Exportdatei.
2. Tragen Sie für das Produkt, welches das Bundle selbst ist (Basisprodukt), in der Spalte *Produkt-Bundle [IsBundleProduct]* eine *1* ein.
3. Importieren Sie die Produktdaten mit dem Import für Objekttyp *Produkte*.
4. Erstellen Sie eine Datei für den Import von Bundle-Zuweisungen. Orientieren Sie sich dabei an einer Exportdatei vom Typ *Cross-Selling*.
5. Tragen Sie für jede Zeile mit einem Bundle-Produkt den Wert *BundleProductMap* in die Spalte *Typ [Class]* ein.
6. Tragen Sie für jede Zeile mit einem Bundle-Produkt die Produktnummer des Basisproduktes in die Spalte *Basisprodukt [Product]* ein.
7. Die anderen Spalten füllen Sie entsprechend der Vorlage aus.
8. Importieren Sie die Bundle-Zuweisungen mit dem Import für Objekttyp *Cross-Selling*.
9. Prüfen Sie in der Produkttabelle, ob das Produkt-Bundle korrekt angelegt wurde.

Pflichtfelder für den Import der Bundle-Zuweisungen auf Basis des Cross-Selling-Imports sind:

- [Class]
- [Product]
- [TargetProduct]
- [Position]

Ist die Spalte *Menge [BundledQuantity]* nicht in der Importdatei vorhanden oder leer, wird immer die Anzahl 1 angenommen.

Die allgemeine Beschreibung zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 32*.

Hinweise zu Bundles

Folgende Hinweise sollten Sie bei der Arbeit mit Produkt-Bundles berücksichtigen:

- Lagerbestand und Mindestlagerbestand des Bundles werden bestimmt durch den kleinsten jeweiligen Wert der Einzelprodukte.
- Nach der Bestellung werden die Bestände für alle zugehörigen Komponenten gemeinsam aktualisiert.
- Zu einem Bundle können nur Produkte der gleichen Mehrwertsteuerklasse zugeordnet werden.
- Der Status *nicht käuflich* für die Bundle-Produkte wird berücksichtigt. Ist eines der Bundle-Produkte auf *nicht käuflich* gesetzt, kann das gesamte Bundle nicht gekauft werden.
- Für die Addition der Einzelpreise werden die jeweiligen Listenpreise der Einzelprodukte verwendet. In Preislisten eventuell festgelegt Preisnachlässe werden an der Stelle nicht berücksichtigt.
- Sobald Produkte hinzugefügt sind, wird neben dem Bundle-Preis die Summe der Listenpreise der Einzelprodukte angezeigt. Die Preisdifferenz, gegebenenfalls die Ersparnis, wird ausgewiesen.

Anlegen eines Download-Produktes

Mit Hilfe von Download-Produkten können Sie digitale Produkte wie Bilder, Dokumente und andere Dateien anbieten.

Um ein Download-Produkt anzulegen, klicken Sie im Untermenü **Neu** den Link **Download-Produkt**.

Sie gelangen auf die Seite, auf der Sie die allgemeinen Produktdetails erfassen. Tragen Sie zuerst in das Feld *Produktnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 73*

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Nach dem Speichern werden die weiteren Karteikarten freigeschaltet. Sie werden sofort auf die Karteikarte **Downloads** geleitet. Diese Karteikarte gibt es nur für die Download-Produkte. Laden Sie hier die dazugehörigen Dateien, siehe *Downloads, unten*. Erfassen Sie danach alle weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 74 ff* beschrieben.

In den **Produkteinstellungen** unter **Download-Produkte** legen Sie fest, wann die Dateien zum Herunterladen freigeschaltet werden. Sie können einstellen, ob der Kunde die Dateien sofort nach Abschluss der Bestellung oder erst nach der Bezahlung herunterladen kann.

In der Detailansicht der jeweiligen Bestellung können Sie die Links zum Herunterladen manuell versenden. Im Bearbeitungsmodus können Sie die Einschränkungen für das Herunterladen für diese Bestellung ändern.

Downloads

In der Tabelle sehen Sie die Dateien, die Sie für das aktuellen Download-Produkt hochgeladen haben.

Wenn Sie Dateien direkt laden wollen, klicken Sie **Datei hochladen**.

Haben Sie die Dateien auf einem externen Server gespeichert und sollen die Kunden diese von dort direkt laden, klicken Sie **Datei verknüpfen** und tragen Sie die URL der Datei ein.

Klicken Sie auf den Dateinamen, um die Datei zu öffnen.

Die Anzeigereihenfolge wird durch die Zahlen in der Spalte *Sortierung* festgelegt, siehe dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Weiterhin können Sie das Herunterladen der Dateien durch den Kunden für das aktuelle Download-Produkt wie folgt einschränken:

- Zeitlich: Begrenzen Sie die Zeit, in der der Kunde die Dateien herunterladen kann.
- Quantitativ: Begrenzen Sie, wie oft der Kunde die Dateien herunterladen kann.

Es kann für den Vertrieb Download-Produkten sinnvoll sein, hier keine Dateien zu hinterlegen. Das trifft z. B. auf Software oder Dokumente zu, die für den Kunden erst angepasst werden müssen. Für den Fall sind Sie für das Versenden der Dateien selbst verantwortlich.

Produktdetails – Allgemein

Seite: Produkte » [produkt] » Allgemein

Lager

Pflegen Sie den Lagerbestand für Ihre Produkte, um Ihren Kunden die Verfügbarkeit anzuzeigen. Sie erhalten eine E-Mail, wenn der Lagerbestand 0 erreicht, siehe *Sonderfall : E-Mails für den Händler, Seite 62*. Des Weiteren können Sie das Verhalten des Shops definieren für Produkte, deren Lagerbestand 0 erreicht, siehe *Lager, Seite 64*.

Bei Variationen legen Sie im Hauptprodukt den Lagerbestand fest, der beim Anlegen einer Variation übernommen wird.

Der Mindestlagerbestand ist der Wert, ab dem Sie das Produkt nachbestellen sollten. Der Mindestlagerbestand sollte nicht kleiner als die Mindestbestellmenge sein. Lassen Sie sich bei erreichtem Mindestlagerbestand vom System per E-Mail informieren, siehe *Sonderfall : E-Mails für den Händler, Seite 62*.

Hinweis: Wenn Sie eine Bestellung stornieren (Bestellstatus *Abgelehnt*), wird der Lagerbestand für die betreffenden Produkte automatisch angepasst.

Referenzeinheit

Um gleiche Produkte mit unterschiedlicher Menge preislich besser miteinander vergleichen zu können, braucht man eine gemeinsame Basis. Deshalb müssen die Preise (in Deutschland gemäß PangV – Preisangabenverordnung) für eine vergleichbare Mengeneinheit, die Referenzeinheit, angegeben werden. So wird z. B. für eine 375g-Packung Müsli der 1kg-Preis angegeben.

Im System wird der Referenzpreis aus den Werten der Felder *Listenpreis, Referenzeinheit* und *Im Produkt enthalten* berechnet.

Vergleichspreis

Der Vergleichspreis ist ein Preis, den Sie Ihrem aktuellen Verkaufspreis eines Produktes gegenüberstellen können. Damit können Sie Preissenkungen oder Sonderpreise augenfällig anzeigen. Für jedes Produkt ist pro Währung ein Vergleichspreis möglich.

Sobald für eine Währung ein Vergleichspreis eingetragen ist, wird dieser im Shop für das jeweilige Produkt zusammen mit dem aktuellen Listenpreis angezeigt. Um diesen Vergleichspreis zu beschreiben, können Sie einen Text zufügen und die Darstellung des Vergleichspreises festlegen. Lesen Sie dazu *Texte, Seite 65*.

Hinweis: Der Vergleichspreis ist eine reine Preisanzeige. Er ist kein Verkaufspreis und nicht Grundlage für die Berechnung von Rabatten oder Staffelpreisen.

Versandangaben

Optional können Sie für jedes Produkt versandrelevante Daten erfassen. Dazu gehören das Versandgewicht und die Abmessungen des Produktes.

Weiterhin können Sie für dieses Produkt die verfügbaren Versandmethoden einschränken. So können Sie für bestimmte Produkte bestimmte Versandmethoden ausschließen.

Beschreibung

Seite: Produkte » [produkt] » Allgemein » Beschreibung

Die Produktbeschreibungen sind wichtig für die Präsentation der Produkte in Ihren Shop. Weiterhin werden sie bei der Produktsuche im Shop ausgewertet. Darüber hinaus sind sie entscheidend dafür, dass Ihre Produkte von Suchmaschinen gefunden werden. Je mehr Sie in die Beschreibungen investieren, desto besser sind die Chancen, dass Ihre Produktseiten bei Suchmaschinen wie Google weit vorn gelistet werden. Verwenden Sie zur Eingabe und Gestaltung den WYSIWYG-Editor.

Das Feld *Schlüsselworte für Suche* wird hauptsächlich von der Suche verwendet, welche die Kunden in Ihren Shop ausführen. Tragen Sie hier alternative Begriffe oder Schreibweisen ein, unter denen das Produkt gefunden werden soll.

Hinweis: Trusted Shops weist darauf hin, dass bei der Verwendung von fremden Marken und Unternehmenskennzeichnungen in Schlüsselwörtern äußerste Vorsicht geboten ist. Es empfiehlt sich, auf die Verwendung bedenklicher Suchbegriffe zu verzichten. Als bedenklich sind alle Begriffe einzuschätzen, die geeignet sind, eine Verwechslung mit einer markenrechtlich geschützten Bezeichnung hervorzurufen oder die mit geschützten Begriffen identisch sind.

Attribute

Seite: Produkte » [produkt] » Allgemein » Attribute

Über das Auswahlfeld *Produkttyp* weisen Sie dem aktuellen Produkt einen Produkttyp zu. Dieser bestimmt die zusätzlichen Produktattribute, siehe dazu *Produkttypen, Seite 82*.

In Abhängigkeit vom eingestellten Produkttyp werden die zugehörigen Attribute angezeigt. Diese können Sie für das aktuelle Produkt entsprechend bearbeiten. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Hinweis: Sobald von einem Produkt Variationen existieren, kann die Produkttypzuordnung nicht mehr geändert werden.

Produktdetails - Bilder

Seite: Produkte » [produkt] » Bilder

Die Produktbilder werden an verschiedenen Stellen angezeigt, in den Aktionsprodukten, als Bestandteil der Produktlisten und natürlich in den Produktdetails. Dafür können Sie die Bilder in verschiedenen Größen bereitstellen und zu Bildergalerie und Diaschau zusammenstellen.

Für die Verwaltung der Bilder eines Produktes gibt es zwei Sektionen - **Ansichten** und **Galerie/Diaschau**.

Ansichten

Hier werden die Bilder bereitgestellt, welche in den Produktlisten und in der Produktdetailansicht angezeigt werden. Da die Bilder auf den jeweiligen Seiten in unterschiedlichen Größen angezeigt werden, werden die Bilder in verschiedenen Formaten erzeugt:

Tabelle 6: Formate für Produktbilder

Format	Bedeutung
Listenan-sicht	Dieses Bild wird in Produktlisten verwendet. Eine Produktliste ist z.B. die Anzeige der Produkte in einer Kategorie oder die Anzeige eines Suchergebnisses.
Detailseite	Dieses Bild wird auf der Seite mit den Produktdetails und auf der Startseite angezeigt. Es kann mit anderen Bildern in der Sektion Galerie/Diaschau für eine Bildliste oder Diaschau verwendet werden.
Vergrößerte Ansicht	Dieses Bild wird in der Maximalgröße von 800*600px in einem neuen Fenster angezeigt, wenn der Besucher in den Produktdetails auf das Produktbild klickt.
Ansicht für Aktionsprodukte	Dieses Bild wird im Seitenelement <i>Aktionsprodukte als Box</i> angezeigt.

Sie laden ein Bild generell über die Schaltfläche **Datei hochladen**. Lesen Sie dazu *Hochladen von Bildern, Seite 29*. Die einzelnen Formate können Sie wie folgt bereitstellen:

- Automatisches Anlegen aller Formate mit Hochladen des Hauptbildes

Mit dem Hochladen des Bildes über die große Schaltfläche werden automatisch alle Formate mit erzeugt. Für jedes Format wird ein Bild in der angegebenen Größe erzeugt. Eventuell vorhandene Bilder werden überschrieben.

- Formate einzeln anlegen

Für jedes Format können Sie ein eigenes Bild laden. Benutzen Sie dafür die Schaltfläche, welche zum jeweiligen Format gehört. Dabei können Sie festlegen, ob die Bildgröße beim Hochladen angepasst werden soll.

Jedes Bild, welches in der Sektion **Ansichten** geladen wird, wird in die Bildliste in der Sektion **Galerie/Diaschau** gespeichert.

Galerie/Diaschau

Auf dieser Seite laden und verwalten Sie die Bilder, welche Sie zusätzlich auf der Produktdetailseite in der Bildliste oder in einer Diaschau anzeigen wollen. Um Bilder in die Liste aufzunehmen, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Sie laden das Bild als Hauptbild oder als einzelnes Format in der Sektion **Ansichten**.
- Sie laden das Bild über die Schaltfläche in der letzten Tabellezeile. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 29*.

In der Tabelle sehen Sie alle Bilder, welche Sie geladen haben. Wenn Sie ein Bild in den Produktdetails mit anzeigen wollen, markieren Sie das entsprechende Kontrollkästchen in der Spalte *Sichtbar*. Die Anzeigereihenfolge der Bilder auf der Webseite definieren Sie über die Spalte *Sortierung*. Siehe dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Rechts neben der Tabelle sehen Sie den Vorschaubereich. Wenn Sie die Maus in den Anzeigebereich der Diaschau bewegen, werden die Steuerelemente eingeblendet.

Die Darstellung der Bilder und der Diaschau im Shop auf der Produktdetailseite legen Sie über die Darstellungsoption des Produkttyps fest, siehe *Darstellung, Seite 83*.

Achtung: Wenn Sie das Bild löschen, zum dem die Ansichten in der Sektion **Ansichten** gehören, werden die Ansichten mit gelöscht. In den Produktlisten etc. werden für dieses Produkt keine Bilder mehr angezeigt.

Hinweis: Die Diashow kann der Kunde im Shop nur sehen, wenn er in seinem Browser Javascript zulässt.

Produktdetails - Kategorien

Seite: Produkte » [produkt] » Kategorien

In der Tabelle sehen Sie alle Kategorien, in welche Sie das aktuelle Produkt eingeordnet haben. Um das Produkt einer Kategorie zuzuweisen, wählen Sie die Kategorie aus dem Auswahlfeld unterhalb der Tabelle.

Sobald eine bestimmte Anzahl an Kategorien für den Shop überschritten ist, können Sie die Zielkategorie über einen speziellen Kategoriebrowser auswählen. Markieren Sie die betreffende Kategorie.

Hinweis: Ein Produkt sollte immer mindestens einer Kategorie zugeordnet sein.

Um eine Zuweisung zu Kategorien aufzuheben, markieren Sie die betreffenden Kategorien in der Tabelle und klicken auf **Zuweisung aufheben**.

Hinweis: Es erfolgt keine Sicherheitsabfrage, da nur die Zuweisungen, aber keine Daten gelöscht werden.

Produktdetails - Variationen

Seite: Produkte » [produkt] » Variationen

Variationen sind Produkte gleichen Typs, die sich nur in den Werten einer oder weniger Eigenschaften unterscheiden. Klassische Beispiele dafür sind Bekleidungsstücke wie T-Shirts oder Jacken eines Modells. Die typischen Unterscheidungsmerkmale sind hier Eigenschaften wie Größe oder Farbe.

Die Variationen werden von einem Ausgangsprodukt abgeleitet. Dieses ist das Master- oder Hauptprodukt. Die Variationen werden Variationsprodukte oder Subprodukte genannt.

Der einfachste Weg, Variationen anzulegen, ist die Benutzung des Variationsassistenten. Dieser kann neben dem Anlegen auch zum Erweitern von Produktvariationen benutzt werden. Siehe dazu *Variationsassistent, Seite 77*.

Beachten Sie folgende Hinweise bei der Arbeit mit Variationsprodukten:

- Die Variationsprodukte sind jedes für sich eigenständige Produkte. Sie können jede einzelne Eigenschaft bei Bedarf ändern.
- Wenn Sie das Hauptprodukt löschen, werden alle abgeleiteten Unterprodukte mit gelöscht.
- Von Variationsprodukten lassen sich keine weiteren Variationen ableiten.
- Beim Anlegen übernimmt das Variationsprodukt den Preis des Hauptproduktes. Mit Hilfe des Optionsfeldes *Eigener Preis* in den allgemeinen Produktdetails legen Sie fest, ob für dieses Variationsprodukt ein eigener spezieller Preis geführt werden soll. Sobald diese Option aktiviert ist, können Sie auch auf die Karteikarte **Preise** zugreifen und Preisnachlässe für diese Variation festlegen.

- Kategoriezuweisungen, die über das Hauptprodukt getroffen wurden, können für das Variationsprodukt nicht aufgehoben werden. Es können aber zusätzliche Zuweisungen zu anderen Kategorien vorgenommen werden.
- Die Bilder von Hauptprodukten und Variationsprodukten werden gemeinsam verwaltet. Falls Sie die Bilder eines Variationsproduktes löschen wollen, prüfen Sie vorher, ob nicht noch andere Produkte diese Bilder verwenden.
- Die Anzeigereihenfolge wird durch die Zahlen in der Spalte *Sortierung* festgelegt, siehe dazu *Sortieren über Sortierschlüssel*, Seite 22.
- Das als voreingestellt markierte Variationsprodukt wird im Shop als Standard-Variationsprodukt angezeigt.

Variationsassistent

Der Variationsassistent hilft Ihnen, schnell und unkompliziert Variationen für ein Produkt anzulegen. Sie haben folgende Möglichkeit, den Assistenten zu starten:

- Aufruf der Funktion **Neu » Produkt mit Variationen** über das Produkt-Untermenü
- Direkter Aufruf aus den Produktdetails, Karteikarte **Variationen**. Klicken Sie dort auf den Link **Variationsassistent starten**.

Folgende Schritte führen Sie im Assistenten aus:

1. Attribute und Werte

Auf dieser Seite wählen Sie den Produkttyp und die Variationsattribute aus.

Im Auswahlfeld *Produkttyp* sind alle verfügbaren Produkttypen aufgelistet. Sie wählen den passenden aus. Benötigen Sie einen neuen Produkttyp, wählen Sie den Eintrag *Neuer Produkttyp* im Auswahlfeld und erfassen den Namen im Eingabefeld *Name*. Es werden Ihnen zwei Attribut-Bearbeitungsbereiche angezeigt. Bearbeiten Sie diese Attribute wie unten beschrieben.

Gibt es am ausgewählten Produkttyp noch keine Variationsattribute, legen Sie neue Attribute mit Werten an, wie unten beschrieben.

Nach der Auswahl werden die möglichen Variationsattribute abgezeigt. Jedes Attribut wird in einem eigenen Bearbeitungsbereich angezeigt. Mit Hilfe eines Kontrollkästchen können Sie für jedes Attribut festlegen, ob es für die Erzeugung von Variationen verwendet werden soll. Vorhandene Werte werden angezeigt.

Benötigen Sie einen zusätzlichen Wert für ein Attribut, tragen Sie diesen in das Eingabefeld unter der jeweiligen Werteliste ein. Benötigen Sie weitere Werte, klicken Sie auf **Weitere Felder einblenden** und tragen die Werte in die neuen Felder ein.

Benötigen Sie ein neues Attribut, klicken Sie auf **Neues Attribut**. Tragen Sie den Namen ein und bearbeiten Sie die Werte wie für vorhandene Attribute. Für neue Attribute können Sie festlegen, ob die Attributwerte sprachabhängig sein sollen. Die Werte für die anderen Sprachen erfassen Sie später in den Details für das jeweilige Attribut am Produkttyp.

Hinweis: Im Assistenten können Sie pro Attribut maximal 10 Werte eintragen. Nach Erfassen des letztmöglichen Wertes wird ein entsprechender Hinweis angezeigt. Benötigen Sie weitere Werte, müssen Sie diese direkt am entsprechenden Produkttyp erfassen.

Klicken Sie **Weiter**, um den nächsten Schritt aufzurufen.

Weiterhin ist Folgendes zu beachten:

- Vorhandene Attribute werden grau angezeigt, die verfügbaren Werte können nicht geändert werden. Sie können aber Werte hinzufügen.
- Vorhandene Attribute können Sie nur über die Details des betreffenden Produkttyps löschen.

- Sind schon Variationsprodukte angelegt, können Sie die Produkttypzuordnung nicht mehr ändern. Das Auswahlfeld ist grau dargestellt. Um die Produkttypzuweisung ändern zu können, müssen Sie alle zugehörigen Variationsprodukte löschen.
- Wollen Sie für den neuen Produkttyp weitere Attribute anlegen, rufen Sie die Details des Produkttyps auf.
- Zur Prototypen lesen Sie *Produkttypen, Seite 82*.

2. Variationsprodukte

Auf dieser Seite sehen Sie alle Variationen, die sich aus der Kombination der Attributwerte ergeben.

Der Name wird gebildet aus der Produktnummer des Hauptprodukts und einer fortlaufenden Nummer.

Aus den markierten Variationen werden die Variationsprodukte angelegt. Entfernen Sie die Markierung bei den Variationen, für die Sie keine Variationsprodukte anlegen wollen.

Kombinationen, für die schon Variationsprodukte angelegt wurden, werden als Einträge mit grau markiertem Kontrollkästchen angezeigt. Diese Einträge können Sie nicht ändern, solange das dazugehörige Variationsprodukt existiert.

3. Fertigstellen

Auf dieser Seite bestimmen Sie die Darstellung der Variationsprodukte im Shop. Markieren Sie die gewünschte Option, indem Sie auf das entsprechende Optionsfeld klicken. Siehe dazu auch *Darstellung, Seite 83*.

Klicken Sie auf **Fertigstellen**, um den Assistenten zu beenden, alle Einstellungen zu übernehmen und die entsprechenden Variationsprodukte anzulegen.

Erweiterung mit Variationsassistent

Starten Sie den Variationsassistenten auf der Karteikarte **Variationen**. Klicken Sie dort auf den Link **Variationsassistent erneut starten**.

1. Legen Sie das neue Variationsattribut mit Werten an, wie in Variationsassistent, Seite 77 in Schritt 1 beschrieben.
2. Die bereits bestehenden Variationsprodukte müssen auch mit einem Wert des neuen Attributes belegt werden. Wählen Sie im nächsten Schritt den Wert aus, welcher für die bestehenden Variationen verwendet werden soll. Nach der Auswahl klicken Sie auf **Weiter**, um die möglichen Produktvariationen anzuzeigen.
3. Wenn die Produktliste angezeigt wird, arbeiten Sie weiter, wie in Variationsassistent, Seite 77 in Schritt 2 beschrieben.

Produktdetails - Preise

Seite: Produkte » [produkt] » Preise

Für jedes Produkt können Sie neben dem Listenpreis auch Staffelpreise und Rabatte anlegen.

Folgende Preisvergünstigungen können Sie einrichten:

- Mengenrabatte / Staffelpreise, siehe *Mengenrabatt, Seite 79*
- Werterabatt, siehe *Wererabatt, Seite 80*
- Warenkorbrabatt, siehe *Warenkorbrabatt, Seite 85*

Sobald Sie für ein Produkt Preisvergünstigungen eingerichtet haben, wird in der Produktdetailansicht im Shop ein Link **Preisvergünstigungen** eingeblendet. Über diesen Link kann sich der Kunde die Preisnach-

lässe anzeigen lassen. Registrierten Kunden könne Sie spezielle Produktpreise auch sofort anzeigen. Siehe dazu *Preislisten – Erweiterte Einstellungen, Seite 84*.

Mengenrabatt

Seite: Produkte » [produkt] » Preise » Mengenrabatt

In dieser Sektion legen Sie Rabatte fest, die auf Stückzahlen basieren. Sie können Staffelpreise und/oder prozentuale Nachlässe definieren. Die Preise und Nachlässe sind jeweils an eine Preisliste gekoppelt, in der Sie Gültigkeitszeitraum und Kundenbereich festlegen, siehe dazu *Preislisten, Seite 84*.

In der Tabelle haben Sie die Möglichkeit, zwei Preislisten parallel anzuzeigen und zu bearbeiten. Damit können Sie zum Beispiel Listen unterschiedlicher Währung oder verschiedener Gültigkeitszeiträume gegeneinander abgleichen.

Das Symbol links neben dem Auswahlfeld zeigt an, ob die Preisliste momentan aktiv ist. Über dieses Symbol können Sie auch die Details der angezeigten Preisliste aufrufen.

Hinweis: Die Preislisten, in denen das aktuelle Produkt bereits enthalten ist, sind durch ein *gekennzeichnet. Dadurch haben Sie einen schnelleren Überblick, welche Preislisten mit dem Produkt bereits in Zusammenhang stehen.

Beachten Sie Folgendes:

- Sie können für eine Menge Staffelpreis und Rabatt festlegen. Dabei wird zuerst der Staffelpreis berechnet und von diesem der Rabatt subtrahiert, siehe auch *Rabattberechnung für Produktpreise, Seite 80*.
- Der zuletzt eingetragene Rabatt wirkt auf alle nachfolgenden Listeneinträge, wenn keine anderen Rabatte eingetragen sind. Um die Wirkung eines Rabattes auf die nachfolgenden Einträge aufzuheben, tragen Sie in das nächste beziehungsweise in das betreffende Rabattfeld eine 0 ein. Folgendes Beispiel in *Abbildung 7* soll das erläutern:

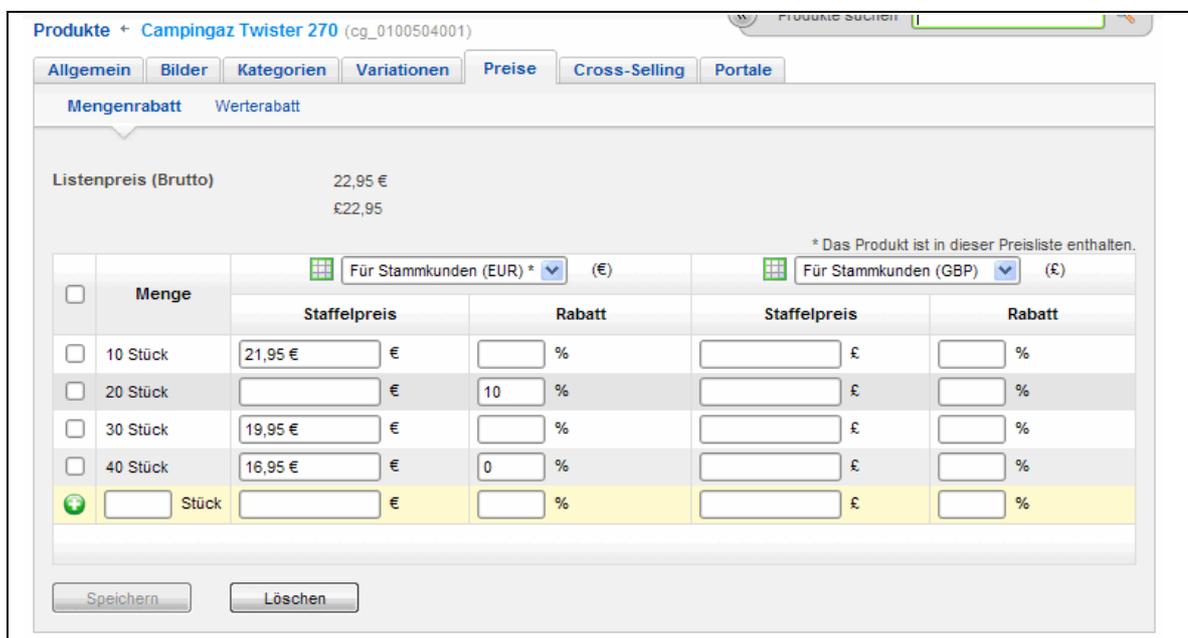


Abbildung 7: Mengenrabatte für Produkte

Kauft der Kunde 10 Produkte, kostet das Produkt 21,95 €. Gesamtpreis für 10 Produkte ist 219, 50 €.

Kauft der Kunde 20 Produkte, werden pro Produkt 21,95 € berechnet. Auf die Produktsumme (439 €) werden noch 10 % Rabatt (43,90 €) berechnet. Gesamtpreis für 20 Produkte ist 395,10 €.

Kauft der Kunde 30 Produkte, werden pro Produkt 19,95 € berechnet. Der Rabatt vom vorigen Eintrag ist noch gültig. Auf die Produktsumme (598,50 €) werden noch 10 % Rabatt (59,85 €) berechnet. Gesamtpreis für 30 Produkte ist 538,65 €.

Kauft der Kunde 40 Produkte, werden pro Produkt 16,95 € berechnet. Die Produktsumme ist 678 €. Für den Rabatt sind 0 % eingetragen. D. h. die 10 % sind nicht mehr gültig, es wird kein zusätzlicher Rabatt berechnet. Gesamtpreis für 40 Produkte ist 678 €.

Hinweis: Denken Sie daran, dass Sie die Preislisten kunden- und kundengruppenspezifisch aufbauen können. So können Sie Preise für einzelne Kunden anlegen, indem Sie den Preis oder einen Rabatt für die Anzahl *1* eintragen und nur diesen einen Kunden der Liste zuordnen.

Werterabatt

Seite: Produkte » [produkt] » Preise » Werterabatt

In dieser Sektion legen Sie Preisnachlässe in Abhängigkeit vom Einkaufswert fest. Der Werterabatt ist jeweils an eine Preisliste gekoppelt, in der Sie auch Gültigkeitszeitraum und Kundenbereich festlegen, siehe dazu *Preislisten, Seite 84*.

Das Symbol links neben dem Auswahlfeld zeigt an, ob die Preisliste momentan aktiv ist. Über dieses Symbol können Sie auch die Details der angezeigten Preisliste aufrufen.

Hinweis: Die Preislisten, in denen das aktuelle Produkt bereits enthalten ist, sind durch ein *gekennzeichnet. Dadurch haben Sie einen schnelleren Überblick, welche Preislisten mit dem Produkt bereits in Zusammenhang stehen.

Haben Sie neben Werterabatten auch Mengenrabatte eingerichtet, wird der Preis berechnet wie in *Rabattberechnung für Produktpreise, unten* beschrieben.

Rabattberechnung für Produktpreise

Da Sie für jedes Produkt mehrere Rabatte vergeben können, ist für die Berechnung eine Reihenfolge definiert. Die einzelnen Rabatte werden wie folgt nacheinander berechnet:

1. Berechnung des Staffelpreises, ausgehend vom Produktpreis; bei der entsprechenden Anzahl ergibt sich ein reduzierter Einzelpreis pro Produkt.
2. Berechnung des Mengenrabattes auf Basis des Staffelpreises
3. Berechnung des Werterabatts; die Summe der Staffelpreise minus Mengenrabatt wird mit dem Grenzwert für den Werterabatt verglichen. Bei Überschreitung wird der Werterabatt angerechnet.

Produktdetails – Cross-Selling

Seite: Produkte » [produkt] » Cross-Selling

Beim Cross-Selling werden zu einem Produkt weitere, dazu in Beziehung stehende Produkte mit angeboten. Dabei sollte es sich um Zusatz- oder Ergänzungsprodukte handeln. Der Kunde soll auf Grund dieses zusammenhängenden Angebots animiert werden, nicht nur das aktuelle Produkt, sondern auch die mit angebotenen Artikel zu kaufen.

Zubehör

Zubehör sind Produkte, welche die Funktionalität eines Produktes erweitern beziehungsweise verbessern oder die gebraucht werden, um das Produkt zu benutzen (Brennstoff, Batterien etc.).

Ergänzungsprodukte

Als Ergänzungsprodukte bieten sich solche Produkte an, die funktionell zum Produkt passen, die man im Umgang mit dem Produkt gebrauchen könnte oder die den Gebrauch des Produktes komfortabler gestalten, zum Beispiel Taschenlampen zum Zelt etc.

Alternativangebote

Bei Alternativangeboten geht es weniger darum, dem Kunden Produkterweiterungen anzubieten. Sie präsentieren Alternativen zum gewählten Produkt in Form eines Produktvergleiches. Mit dieser Funktion zeigen Sie dem Kunden, welche ähnlichen Produkte Sie noch anbieten und lenken seine Aufmerksamkeit auf Angebote, die er sonst vielleicht nicht angesehen hätte.

Referenzen

Die Tabelle zeigt im Überblick, mit welchen anderen Produkten das aktuelle Produkt verknüpft ist und von welchem Typ die Zuordnung ist. Neben den verschiedenen Cross-Selling-Typen wird auch die Zuordnung zu Produkt-Bundles angezeigt.

Zubehör- und Ergänzungsprodukte werden im Shop auf der Produktdetailseite angezeigt. Zu den Alternativangeboten gibt es den Link **Alternativangebote** auf der Produktdetailseite.

Die Anzeigereihenfolge der Cross-Selling-Produkte im Shop steuern Sie über den Sortierschlüssel in der jeweiligen Tabelle. Siehe dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Über das Kontrollkästchen *Gegenseitig zuweisen* steuern Sie, ob beim Hinzufügen neuer Cross-Selling-Produkte eine gegenseitige Zuweisung erfolgen soll. Folgendes Beispiel soll dies näher erläutern: Produkt A ist das Basisprodukt, dem Produkt B als Cross-Selling-Produkt zugeordnet wird. Ist die gegenseitige Zuordnung aktiviert, wird gleichzeitig das Produkt A dem Produkt B als Cross-Selling-Produkt gleichen Typs zugewiesen.

Hinweis: Bei **Zuweisung aufheben** wird nur die Zuordnung der Produkte zueinander aufgehoben. Es werden keine Produkte gelöscht. Daher erscheint auch keine Sicherheitsabfrage.

Import und Export

Die Zuweisungen des Cross-Selling können Sie exportieren und importieren. Beachten Sie, dass Sie hierbei nur die Zuweisungen übertragen. Die verwendeten Produkte müssen vorhanden sein. Durch den Import von Cross-Selling-Zuweisungen werden fehlende Produkte nicht angelegt. Legen Sie beteiligte Produkte manuell an oder importieren Sie diese, bevor Sie die Cross-Selling-Zuweisungen importieren.

Pflichtfelder für den Import sind:

- [Class]
- [Product]
- [TargetProduct]
- [Position]

Die allgemeine Beschreibung zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 32*.

Variationsprodukte und Cross-Selling

Um den Variationsprodukten auch Cross-Selling-Produkte zuzuweisen, habe Sie folgende Möglichkeiten:

- Manuelle Zuordnung über die Karteikarte **Cross Selling** der Variation.
- Zuordnung über das Hauptprodukt, denn Variationsprodukte übernehmen die Cross-Selling-Produkte des Hauptproduktes

Die über das Hauptprodukt voreingestellten Cross-Selling-Produkte werden in der Tabelle vor den manuell zugewiesenen aufgelistet. Für diese voreingestellten Produkte können die Felder *Bemerkung* und *Sortierung* nicht direkt bearbeitet werden.

Um die Eintragungen in diesen Feldern doch bearbeiten zu können, gehen Sie wie folgt vor:

- Fügen Sie das Cross-Selling-Produkt, für welches Sie die Eintragungen ändern wollen, nochmals manuell als weiteres Cross-Selling-Produkt hinzu, siehe dazu *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21*.
- Tragen Sie die gewünschten Werte in die Felder *Bemerkung* und *Sortierung* ein. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Produktdetails – Portale

Auf dieser Seite sehen Sie, welche Portale für einen Produktexport zu Verfügung stehen und welche eBay-Angebote und –Bestellungen für das Produkt existieren.

Produktportale

Seite: Produkte » [produkt] » Portale » Produktportale

Die Tabelle gibt einen Überblick über die verfügbaren Produktportale und auf welche Portale das aktuelle Produkt aktuell exportiert wird. Um das aktuelle Produkt der Exportliste eines Portals zuzuweisen, markieren Sie dazu das entsprechende Kontrollkästchen.

eBay

Seite: Produkte » [produkt] » Portale » eBay

Alle eBay-Angebote auf Basis des aktuellen Produktes werden in dieser Tabelle angezeigt. Die Tabelle entspricht in Aufbau und Funktionen der Tabelle für alle eBay-Angebote. Siehe dazu *Angebote, Seite 151* im Kapitel *eBay*.

Auf der Produkt-eBay-Seite können Sie auch sofort ein neues Angebot für dieses Produkt erstellen. Klicken Sie dazu auf die Schaltfläche **Neues Angebot erstellen**. Das Angebot wird mit den Vorgabewerten erstellt. Siehe dazu *Vorgabewerte, Seite 154*. Wie Sie die Angebotsdetails bearbeiten, lesen Sie in *Angebotseinstellungen / eBay-Assistent, Seite 152*.

Bei Hauptprodukten werden in der Tabelle die Angebote von zugehörigen Variationsprodukten angezeigt.

Produkttypen

Seite: Produkte » Produkttypen » Allgemein

Produkttypen fassen Zusatzattribute für Produkte zusammen.

Alle Produkte haben die gleichen Standardattribute wie z. B. Produktnummer, Name oder Beschreibung. Darüber hinaus können Zusatzattribute vergeben werden wie z. B. Farbe oder Konfektionsgröße. Solche Zusatzattribute werden am Produkttyp definiert. Durch die Zuweisung eines Produkttyps zu einem Produkt können die Zusatzattribute für das Produkt verwendet werden. Produkttypen erlauben damit die Gruppierung von Produkten mit gleichen Eigenschaften.

Wenn Sie die Produkttypzuweisung ändern, ändern Sie das Set an Zusatzattributen für das Produkt. Die aktuellen Zusatzattribute des jeweiligen Produktes werden in den allgemeinen Produktdetails in der Sektion **Attribute** angezeigt, siehe *Attribute, Seite 74*.

Eine Besonderheit ist der Produkttyp *Standard*. Zum einen wird dieser Produkttyp neuen Produkten automatisch zugeordnet. Zum anderen ist er der Basisprodukttyp für alle anderen Produkttypen. Alle Attribute dieses Produkttyps werden an die anderen Produkttypen beim Anlegen übergeben. So können Sie Zusatzattribute vereinbaren, die für alle Produkte gelten sollen. Diese gemeinsamen Zusatzattribute lassen sich nur am Basisprodukttyp löschen.

Der Basisprodukttyp selbst kann nicht gelöscht werden.

Hinweis: Wollen Sie keine gemeinsamen Zusatzattribute, löschen Sie alle Attribute des Standardprodukttyps.

Achtung: Ein Produkttyp kann nur gelöscht werden, wenn ihm keine Produkte zugeordnet sind.

Import und Export

Sie können Produkttypen exportieren und importieren.

Pflichtfeld für den Import ist das Feld *[Alias]*.

Wenn der *[Alias]* leer ist, nimmt das System den Standard-Produkttypen und ändert dessen Werte.

Enthalten die Spalten in der Importdatei keine Werte, werden die Werte in der Datenbank nicht geändert.

Die allgemeine Beschreibung zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 32*.

Produkttypdetails

Attribute

Seite: Produkte » Produkttypen » [produkttyp] » Attribute

Die Attribute, die durch den Basisprodukttyp bereitgestellt werden, werden als erste in der Attributliste angezeigt. Sichtbarkeit und Sortierung können nur am Basisprodukttyp geändert werden. Das Löschen ist ebenfalls nur am Basisprodukttyp möglich.

Für die Attribute, die speziell für den jeweiligen Produkttyp definiert sind, können Sie eine eigene Reihenfolge festlegen. Lesen Sie dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Achtung: Wenn Attribute gelöscht werden, gehen alle Produktdaten, die für diese Attribute erfasst wurden, verloren.

Für Attribute vom Typ mit Werteauswahl und Optionen müssen Sie auf der Karteikarte **Werteauswahl** zusätzlich den Wertevorrat erfassen. Lesen Sie dazu *Verwendung von Text mit Werteauswahl, Seite 25* und *Verwendung von Optionen, Seite 26*.

Eine Übersicht über die verfügbaren Attributtypen finden Sie hier: *Attributtypen, Seite 24*.

Darstellung

Seite: Produkte » Produkttypen » [produkttyp] » Darstellung

Über die Darstellungsoptionen eines Produkttyps steuern Sie die Anzeige der Produktinformationen auf der Produktdetailseite im Shop.

Sie können folgende Darstellungen festlegen:

Tabelle 7: Darstellungsvarianten für Produktanzeige

Darstellung	Bemerkung
Produktdetails	Anordnung von Produktbild und Beschreibungstext zueinander in der Produktansicht im Shop
Variationen	Anzeige der Variationen zu einem Produkt; Gibt es sehr viele Variationen zu einem Produkt, wählen Sie die Darstellung über Auswahlfelder. Dadurch wird die die Seite schneller aufgebaut und ist übersichtlicher. Sind wenige Variationen angelegt, bietet sich die tabellarische Darstellung an. Die Bilderliste setzen Sie ein, wenn wenige Variationen mit unterschiedlichen Bildern angezeigt werden sollen.
Bundle-Produkte	Anzeige der Einzelprodukte eines Produkt-Bundles; Die Kompaktdarstellung zeigt die Produkte mit Bild und Preis. Die tabellarische Darstellung ist für die Anzeige von vielen Produkten am besten geeignet. Die Listenansicht entspricht der Produktliste in einer Kategorie.

Preislisten

Seite: Produkte » Preislisten » Übersicht

Preislisten sind die Grundlage für kundenspezifische Preise und Preisnachlässe. In einer Preisliste werden Gültigkeitszeitraum, ausgewählte Kunden oder Kundengruppen für die Preisnachlässe definiert. Die Preise selbst werden am Produkt festgelegt, dem die Preisliste zugeordnet ist, siehe *Produktdetails - Preise, Seite 78*. Außerdem werden über die Preislisten Warenkorbrabatte eingerichtet.

Achtung: Es kann immer nur eine Preisliste für einen Kunden beziehungsweise eine Kundengruppe aktiv sein.

Preislisten – Erweiterte Einstellungen

Seite: Produkte » Preislisten » Erweiterte Einstellungen

Hier legen Sie fest, welche Preise den Kunden in den Produktlisten oder in der Produktdetailansicht angezeigt werden.

Ist die Option *Mengen- und Werterabatte auf Grundlage der Preislisten berücksichtigen* aktiv, sieht der Kunde in Produktlisten und Produktdetailansichten sofort die für ihn gültigen Preise.

Voraussetzungen dafür sind:

- Es ist ein spezieller Preis für **eine** Bestelleinheit, z. B. 1 Stück, in einer Preisliste erfasst.
- Die Preisliste ist aktuell gültig.
- Der Kunde gehört zu einer Kundengruppe, welche der Preisliste zugeordnet ist.

Weitere Preisvergünstigungen wie Staffelpreise für größere Stückzahlen werden auf der Produktdetailseite über den Link **Preisvergünstigungen** angezeigt.

Hinweis: Die Verwendung dieser Option verringert die Anzeigegeschwindigkeit der jeweiligen Seite, weil die Preise erst berechnet werden müssen.

Preislistendetails

Seite: Produkte » Preislisten » [preisliste]

Sie können die Gültigkeit der Preisliste auf Kundengruppen und einzelne Kunden beschränken.

Die verfügbaren Kundengruppen sind im Auswahlfeld unterhalb der Tabelle auf der Karteikarte **Kundengruppen** aufgelistet. Sie müssen Kundengruppen erst unter **Kunden » Kundengruppen** anlegen, um sie für Preislisten verwenden zu können. Siehe dazu auch *Kundengruppen, Seite 91*.

Um Kunden direkt zuzuordnen, geben Sie auf der Karteikarte **Kunden** entweder die Kundennummer ein oder übernehmen Kunden aus der Ablage.

Hinweis: Direkte Kundenzuordnung hat höhere Priorität als Kundengruppenzuordnung. Wenn für einen Kunden eine Preisliste direkt gültig ist und eine zweite Preisliste über die Kundengruppenzuordnung, so gilt für diesen Kunden nur die kundenspezifische Preisliste. Das gilt sowohl für Staffelpreise und Rabatte als auch für den Warenkorbrabatt.

Warenkorbabbatt

Seite: Produkte » Preislisten » [preisliste] » Warenkorbabbatt

Mit dieser Funktion gewähren Sie Ihren Kunden Rabatte auf deren Warenkorb. Dabei können Sie die Preisnachlässe nach dem Warenkorbwert staffeln. Sie können absolute Werte oder prozentuale Rabatte festlegen. Der Warenkorbabbatt wird auf der Produktdetailseite über den Link **Preisvergünstigungen** angezeigt.

Hinweis: Der von Ihnen vergebene Warenkorbabbatt bezieht sich auf die Summen der Produkte. Eventuelle Kosten für Versand und Zahlung werden in die Berechnung nicht mit einbezogen.

Im Warenkorb wird dem Kunden die Differenz bis zum Erreichen der nächsten Rabattstufe angezeigt.

Suchstatistik

Seite: Produkte » Suchstatistik

Die Suchstatistiken geben einen Überblick, welche Suchbegriffe in Ihrem Shop von Kunden verwendet werden und wie oft. In der Tabelle sind alle Suchbegriffe aufgelistet, die Ihre Kunden benutzt haben. Sie sind alle in Kleinschreibung dargestellt, weil die Groß- oder Kleinschreibung bei der Suche keine Rolle spielt.

Zu jedem Suchbegriff sehen Sie, wie oft danach gesucht wurde und wie viele Treffer es gab.

Empfehlenswert sind folgende Überlegungen oder Aktionen:

- Verwenden Sie die Suchbegriffe, die keine Treffer aufweisen, in den Beschreibungen oder Produktnamen.
- Verwenden Sie diese Suchbegriffe als Schlüsselwörter für Produkte, die Sie unter diesen Begriffen anbieten, siehe Feld *Schlüsselwörter für Suche* in *Beschreibung, Seite 74*.
- Schließen Sie eventuelle Sortimentslücken, indem Sie die Produkte in Ihr Angebot aufnehmen, nach denen gesucht wird.
- Zeigen Sie häufig gesuchte Produkte auf der Startseite oder in Hauptkategorien an, damit Ihre Kunden diese sofort finden.

Produktbewertungen

Mit den Produktbewertungen geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, ihre Meinungen zu Produkten mitzuteilen und Erfahrungen auszutauschen. Die Kunden vergeben Punktzahlen von 1 bis 5 und können einen Text zur Bewertung verfassen.

Die zuletzt abgegebenen Bewertungen werden stehen in der Tabelle ganz oben.

Sie sollten sich per E-Mail informieren lassen, wenn im Shop eine Produktbewertung abgegeben wurde. Richten Sie dazu das entsprechende E-Mail-Ereignis ein, indem Sie die Empfänger-E-Mail-Adresse vergeben. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen*, Seite 61.

Einstellungen

Seite: Produkte » Produktbewertungen » Einstellungen

Hier legen Sie fest, wer Bewertungen abgeben darf und wann die Bewertungen im Shop zu sehen sind. Wenn Sie z. B. neue Bewertungen vor der Veröffentlichung prüfen wollen, setzen Sie die Option *Neue Produktbewertungen sofort anzeigen* auf *nein*.

Erinnern Sie Ihre Kunden daran, gekaufte Produkte zu bewerten. Dazu können Sie den automatischen Versand einer entsprechenden E-Mail einrichten. Darin wird dieser um die Abgabe einer Produktbewertung gebeten. Legen Sie fest, wie viele Tage nach Eingang der Bestellung die E-Mail an die Kunden versendet wird.

Import und Export

Seite: Produkte » Import und Export

Sie können sowohl Produkte importieren und exportieren als auch gesamte Produktkataloge.

Die allgemeine Beschreibung für Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export*, Seite 32.

Produkte

Beim Produkt-Import/Export werden alle direkt zu Produkt gehörenden Daten übertragen.

In der Importdatei ist für das Anlegen neuer Produkte die Spalte *Bezeichner [Alias]* Pflicht.

In der Importdatei können für die Produktbilder sowohl die Dateinamen (z.B. camera_s.png) als auch Referenzen auf die Bilddateien (z.B. http://bildserver/ProductImages/camera_s.png) angegeben werden. Die Referenzen werden verwendet, wenn sich die Bilddateien an beliebiger Stelle im Internet befinden. Wenn lediglich ein Dateiname angegeben wird, muss das Bild vorher in den Produktdetails hochgeladen und die entsprechenden Ansichten müssen erzeugt werden.

Für das Importieren von vielen Produkten mit den dazugehörigen Bildern gibt es ein vereinfachtes Verfahren. Dieses ist auf der Seite für den Produktimport im Bereich *Tipps und Tricks* unter **Mit dem Import gleichzeitig Bilder zu Produkten und Kategorien hochladen** beschrieben.

Produktkataloge

Der Import eines Produktkataloges erfolgt über mehrere Schritte, da nicht alle Daten in einer Datei bereitgestellt werden. Beim Import dieser Daten muss eine Reihenfolge eingehalten werden. Diese ist auf der Seite für den Produktimport im Bereich *Tipps und Tricks* unter **Produktkataloge aus anderen Systemen importieren** beschrieben.

Hinweis: Durch bestimmte Funktionen der Anwendung werden neue Browser-Fenster geöffnet. Dafür muss für Ihren Browser das Öffnen von Popup-Fenstern zugelassen sein. Anderenfalls lassen sich diese Funktionen nicht nutzen.

BMECat-Import

Seite: Produkte » BMECat-Import

Der BMECat-Import unterstützt die BMECat-Version 1.2 mit den Transaktionen <T_NEW_CATALOG>, <T_UPDATE_PRICES>, <T_UPDATE_PRODUCTS>.

Die einzelnen Felder haben folgende Bedeutung:

Tabelle 8: Felder für BMECat-Import

Feldname	Bedeutung	Feldtyp	Beispiel
Importdatei	Tragen Sie entweder den Dateinamen mit Pfadangabe direkt ein oder klicken Sie auf Durchsuchen , um die Datei zu suchen.	Eingabefeld, alpha-numerisch	C:\BMECat\import.xml
Importmodus	<i>Daten nur überprüfen:</i> Die XML-Datei wird auf Syntaxfehler, fehlende Elemente, richtige externe Verweise, richtige Einheiten usw. geprüft. <i>Daten überprüfen und importieren:</i> Die XML-Datei wird komplett geprüft und importiert.	Optionsfeld	
Importinhalte	Hier entscheiden Sie, ob die Katalogstruktur mit importiert wird. Importieren Sie nur Produkte und die Zuweisungen, müssen Sie sicherstellen, dass die entsprechenden Kategorien angelegt sind.	Optionsfeld	
Neue Kategorien sichtbar schalten		Optionsfeld	
Neue Produkte sichtbar schalten		Optionsfeld	
Steuergebiet	Auswahl des Steuergebietes ist Voraussetzung für die Zuordnung der richtigen Steuerklasse.	Auswahlfeld	

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Hinweis: Bei *Daten nur überprüfen* wird keine Prüfung auf interne Abhängigkeiten und fehlerfreie Importierbarkeit vorgenommen. Diese Prüfung erfolgt vor dem Importieren.

Im Ergebnis von *Daten überprüfen und importieren* werden Fehler oder Warnungen angezeigt. Warnungen können ignoriert werden, wenn Sie diese als bedeutungslos einstufen. Bei Fehlern wird der Import des betreffenden Datensatzes abgebrochen.

Folgende allgemeine Hinweise sind noch zu beachten:

- Merkmalgruppensystem und Klassifikationssysteme werden ignoriert
- Buyer- und Supplier-Angaben werden ignoriert
- Userdefined Extensions werden ignoriert

Produktsuche in der Administration

Die Suche ermöglicht Ihnen den Zugriff auf einzelne Produkte oder Produktgruppen unkompliziert und komfortabel. Die einfach bedienbare Suche bietet umfangreichen Filtermöglichkeiten. Zu den Grundlagen der Suche lesen Sie *Suche, Seite 22*.

Hinweis: Die Produktsuche bezieht auch *nicht sichtbar* geschaltete Attribute und Produkte mit ein.

Es werden sowohl Haupt- als auch Variationsprodukte gefunden, siehe *Produktdetails - Variationen, Seite 76*.

Die Suche nach der Produktnummer ist schneller als die Suche über das Feld *Textsuche*.

Nach dem Begriff, den Sie in das Feld *Textsuche* eintragen, wird in folgenden Attributen gesucht: *Produktnummer, Produktname, Herstellername, Herstellerproduktnummer, Produkt-Code, Beschreibung, Erweiterte Beschreibung, Schlüsselworte für Such* so wie alle Attribute, die auf dem Attributtyp *Text* basieren. Zu Attributtypen lesen Sie *Attributtypen, Seite 24*.

Darüber hinaus werden auch die Felder, in denen Dateinamen abgespeichert sind, mit durchsucht. Dadurch können Sie auch nach den Namen von verwendeten Produktbildern oder angehängten Dateien wie PDF-Dateien oder Videodateien suchen.

Über das Auswahlfeld *Sprache* legen Sie fest, in welchem *Übersetzungsfeld* bei den sprachabhängigen Feldern gesucht wird.

Bei der Suche nach Lagerbestand oder Mindestlagerbestand werden Variationsprodukte und Einzelprodukte gefunden und aufgelistet. Hauptprodukte werden nicht einbezogen.

7. Kunden

Seite: Kunden

Kunden sind Besucher der Webseite, welche im Online-Shop Bestellungen auslösen. Zu einem Kunden gehören bestell-relevante Daten wie Rechnungs- und Lieferadresse, Steuermodell und Steuergebiet, Abrechnungsdaten usw. Es gibt registrierte und unregistrierte Kunden. Unregistrierte Kunden geben zu jeder Bestellung ihre Daten an. Registrierte Kunden haben den Registrierungsprozess durchlaufen und dabei alle notwendigen Daten erfasst. Zusätzlich erhalten sie Benutzername und Kennwort. Damit sind die registrierten Kunden Benutzer, siehe dazu *Benutzer, Seite 41*

Um die Details eines Kunden aufzurufen, klicken Sie auf die Kundennummer. Wenn Sie auf das Symbol links neben der Kundennummer klicken, öffnet sich ein neues Browserfenster mit den Kundendetails.

Es gibt folgende Möglichkeiten, neue Kunden im System anzulegen:

- Der Kunde registriert sich im Shop. Den Inhalt des Registrierungsformulars bestimmen Sie, siehe *Registrierung, Seite 42*. Damit wird er gleichzeitig als Benutzer angelegt.
- Ein Kunde registriert sich nicht und bestellt ohne Anmeldung. Er wird als nicht registrierter Kunde angelegt.
- Aufruf der Funktion **Neuen Kunden anlegen** im Kunden-Untermenü in der Administration. Erfassen Sie die Daten wie unter Kundendetails – Allgemein, unten ff. beschrieben.
- Kundenimport, siehe *Import und Export, Seite 92*

Achtung: Wenn Sie einen Kunden löschen, werden auch dessen Bestellungen mit gelöscht.

Kundendetails – Allgemein

Hier erfassen und bearbeiten Sie die Stammdaten eines Kunden. Zu diesen Daten hat der jeweilige Benutzer keinen Zugang.

Adresse

Seite: Kunden » [kunde] » Allgemein » Adresse

Hier bearbeiten Sie die allgemeinen Adressangaben der Kundenstammdaten.

An die Adresse im Feld *E-Mail* werden alle systemgenerierten kundenrelevanten E-Mails versendet, wenn der Kunde kein registrierter Kunde ist.

Falls Stammdaten von der Rechnungsadresse in den Benutzerdaten abweichen, werden Sie per E-Mail informiert. Zusätzlich wird die Funktion **Daten abgleichen** angezeigt, die Sie bei Bedarf ausführen. Siehe dazu *Datenabgleich, Seite 91*. Zu Benutzerdaten siehe *Kundendetails - Benutzerdaten, Seite 90*.

Kundenkonto

Seite: Kunden » [kunde] » Allgemein » Kundenkonto

Die Kundennummer wird beim Anlegen vom System vorgeschlagen. Sie können den Systemvorschlag übernehmen oder eine eigene vergeben. Die Nummer muss eindeutig sein.

Bei Neuanlage eines Kunden ist die Kundengruppe voreingestellt, welche Sie in **Kundengruppen** als Standard eingestellt haben. Siehe *Kundengruppen, Seite 91*.

Über das Steuermodell entscheiden Sie, welche Preise der Kunde im Shop angezeigt bekommt und wie sein Warenkorb berechnet wird. Siehe auch *Steuermodell, Seite 45*. Das Steuermodell kann erst angewendet werden, nachdem sich der Kunde im Shop angemeldet hat.

Das Steuergebiet kann manuell oder automatisch zugeordnet werden. Wenn die automatische Zuordnung eingestellt ist, wird das Steuergebiet nach dem Land in der Kundenadresse ausgewählt.

Attribute

Seite: Kunden » [kunde] » Allgemein » Attribute

In der Sektion *Attribute* verwalten und bearbeiten Sie die Daten für die Attribute, die Sie unter *Kundenattribute, Seite 92*, angelegt haben. Über den Link mit dem jeweiligen Attributnamen gelangen Sie direkt auf die Detailseite des Attributes.

Kundendetails - Benutzerdaten

Seite: Kunden » [kunde] » Benutzerdaten

Benutzer sind registrierte Kunden. Diese können im Shop unter *Mein Konto* ihre Benutzerdaten verwalten. Diese Daten sehen Sie auf der Karteikarte **Benutzerdaten**. Welche Daten der Kunde in *Mein Konto* verwalten kann, legen Sie über das Registrierungsformular fest. Siehe dazu *Registrierung, Seite 42*.

Hinweis: Sie können einen nicht registrierten Kunden in einen Benutzer umwandeln, indem Sie für diesen Kunden Anmeldedaten vergeben. Nach dem Speichern werden die Adressdaten aus der Bestellung als Rechnungsadresse und voreingestellte Lieferadresse übernommen.

Anmeldung

Seite: Kunden » [kunde] » Benutzerdaten » Anmeldung

Hier verwalten Sie die Zugangsdaten des Kunden.

Ein Haken in *Registrierung abgeschlossen* zeigt an, dass der Kunde seine Registrierung abgeschlossen hat.

An die Adresse im Feld *E-Mail* werden alle systemgenerierten kundenrelevanten E-Mails versendet.

Hinweis: Die E-Mail-Adresse aus dem Feld *E-Mail* wird bei registrierten Kunden verwendet. Bei nicht registrierten Kunden wird die E-Mail-Adresse aus dem Feld *E-Mail* der Sektion *Adresse* verwendet, siehe *Adresse, Seite 89*.

Rechnungsadresse

Seite: Kunden » [kunde] » Benutzerdaten » Rechnungsadresse

Hier sehen Sie die Rechnungsadresse, wie sie der Kunde in *Mein Konto* im Shop eingetragen hat. Änderungen, die Sie hier vornehmen, kann der Kunde unter *Mein Konto* sehen. Falls es Unterschiede zu den Stammdaten gibt, wird die Funktion **Daten abgleichen** angezeigt. Siehe *Datenabgleich, Seite 91*.

Voreingestellte Lieferadresse

Seite: Kunden » [kunde] » Benutzerdaten » Voreingestellte Lieferadresse

Hier sehen sie die Lieferadresse, welche der Kunde unter *Mein Konto* angelegt und als *voreingestellt* markiert hat. Änderungen, die Sie hier vornehmen, kann der Kunde unter *Mein Konto* sehen.

Datenabgleich

Stammdaten sind die Kundendaten, welche Sie unter **Kunden** » [kunde] » **Allgemein** pflegen, siehe *Kundendetails – Allgemein, Seite 89*. Die Kunden selbst können ihre Daten auf der Webseite unter **Mein Konto** » **Persönliche Daten verwalten** pflegen.

Die Stammdaten und die vom Kunden gepflegten Daten können voneinander abweichen. Sobald dies der Fall ist, wird die Funktion **Daten abgleichen** angezeigt und Sie erhalten vom System eine E-Mail. Dazu müssen Sie das entsprechende E-Mail-Ereignis aktivieren, siehe dazu *E-Mail-Einstellungen – Ereignisse, Seite 62*.

Über die Funktion **Daten abgleichen** können Sie sich die Unterschiede anzeigen lassen und die Daten wahlweise übernehmen.

Auf der rechten Seite sehen Sie alle Felder der Rechnungsadresse, welche der Kunde im Shop in *Mein Konto* pflegt. Auf der linken Seite sehen Sie die entsprechenden Felder aus den Stammdaten.

Felder, die unterschiedliche Daten enthalten, sind blau markiert. Klicken Sie auf , um Stammdaten in die Rechnungsadresse zu übernehmen. Klicken Sie auf , um Rechnungsadressdaten in die Stammdaten zu übernehmen.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Kundendetails - Bestellungen

Seite: Kunden » [kunde] » Bestellungen

Auf dieser Seite sehen Sie alle Bestellungen des aktuellen Kunden. Um die Details einer Bestellung einzusehen, klicken Sie auf die Bestellnummer. Die allgemeine Beschreibung zu Bestellungen lesen Sie im Kapitel *Bestellungen, Seite 129*.

Um eine neue Bestellung für einen Kunden anzulegen, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Klicken Sie in der letzten Tabellenzeile auf **Neue Bestellung anlegen und bearbeiten**.
- Im Menu **Bestellungen** ist jetzt der Punkt **Neue Bestellung anlegen** aktiv.

Die Bestellung wird für diesen Kunden angelegt und Sie befinden sich im Bearbeitungsmodus, siehe dazu *Bearbeitungsmodus, Seite 130*.

Kundendetails – Newsletter

In der Tabelle sind alle Newsletter-Kampagnen aufgelistet. Sie können sofort sehen, welche vom aktuellen Kunden abonniert sind.

Falls Sie an dieser Stelle Newsletter für einen Kunden abonnieren oder abbestellen, wird dieser per E-Mail informiert.

Kundengruppen

Seite: Kunden » Kundengruppen

Kundengruppen können Sie benutzen, um ausgewählten Kunden verschiedene Vorteile zu bieten. Das sind z. B. kunden- oder kundengruppen spezifische Preise oder Zahlungsmethoden.

Hier definieren und verwalten Sie Kundengruppen. In der Tabelle sehen Sie alle Kundengruppen, die Sie angelegt haben. Die Namen werden in Eingabefeldern angezeigt, Änderungen erfassen Sie direkt in den betreffenden Feldern.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Über die Optionsfelder der Spalten *Voreingestellt bei Neuanmeldung* und *Voreingestellt bei Bestellen ohne Anmeldung* legen Sie fest, welchen Kundengruppen neuen Kunden im jeweiligen Fall zugeordnet werden.

Bevor die Kundengruppe gelöscht wird, prüft das System, ob dieser Kundengruppe noch Kunden zugeordnet sind. Ist das der Fall, erhalten Sie einen Hinweis mit Auswahlmöglichkeiten, wie die Kundenzuordnungen zu behandeln sind.

Um für einen Kunden die Gruppenzuweisung zu bearbeiten, rufen Sie dessen Kundenkonto auf, siehe dazu *Kundenkonto, Seite 89*.

Kundenattribute

Seite: Kunden » Kundenattribute

Durch das System werden die Standardattribute bereitgestellt. Sie können zusätzliche eigene Attribute definieren, um weitere Informationen über Ihre Kunden zu speichern.

In der Tabelle erstellen und verwalten Sie diese zusätzlichen Attribute. Zur Verwendung dieser Attribute und der Standardattribute siehe *Registrierung, Seite 63*.

Zu Attributtypen und deren Verwendung lesen Sie *Attributtypen, Seite 24*.

Achtung: Wenn Sie ein Attribut löschen, werden alle Kundendaten, die unter diesem Attribut gespeichert sind, gelöscht.

Import und Export

Seite: Kunden » Import und Export

Die allgemeine Beschreibung für Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 32*.

In der Importdatei sind für das Anlegen neuer Kunden folgende Spalten Pflicht:

- "Bezeichner [Alias]"

Sind keine weiteren Daten angegeben, werden die Kunden unter dem entsprechenden Alias angelegt. Für andere notwendige Daten werden Standardeinstellungen übernommen. Sind in der Importdatei mehr Spalten ausgefüllt, werden die Werte für die entsprechenden Attribute eingetragen.

Ist die Kundennummer noch nicht vorhanden, wird ein neuer Kunde angelegt. Beim Neuanlegen ist folgendes zu beachten:

- Wenn Sie keine Benutzerdaten in die Importdatei eintragen, wird ein nichtregistrierter Kunde angelegt.
- Wenn Sie Benutzerdaten in die Importdatei eintragen, wird der Kunde als Benutzer angelegt und kann sich auf der Webseite anmelden. Zu Benutzerdaten siehe *Kundendetails - Benutzerdaten, Seite 90*.

Hinweis: Bei der Neuanlage als Benutzer werden der Anmeldename und das automatisch generierte Kennwort an den jeweiligen Kunden per E-Mail versendet. Voraussetzung dafür ist, dass das entsprechende E-Mail-Ereignis aktiviert ist, siehe *E-Mail-Einstellungen – Ereignisse, Seite 62*.

In der Importdatei können Sie in den Spalten *Sprache / Land [User.LocaleID]* und *Währung [User.CurrencyID]* die Standardsprachen und –währung für den Benutzer einstellen. Diese Einstellungen werden wirksam, wenn sich der neue Benutzer zu ersten Mal auf der Webseite anmeldet.

In den Spalten *[BillingAddress.Country]* und *[ShippingAddress.Country]* ist nicht explizit das Land angeben, sondern ein Länder-Code. Die entsprechende Zuordnung finden Sie auf dieser Webseite:

http://www.iso.org/iso/country_codes/iso_3166_code_lists/english_country_names_and_code_elements.htm.

Benutzen Sie diese Codes beim Import, damit dem Kunden das richtige Land zugeordnet wird. Für Großbritannien, Spanien, Frankreich und Deutschland gelten folgende Codes:

- GB – Großbritannien
- ES – Spanien
- FR - Frankreich
- DE – Deutschland

8. Inhalt / Kategorien

In diesem Bereich erstellen Sie die Struktur Ihrer Webseite und erfassen und bearbeiten die Inhalte der einzelnen Seiten. Hier bauen Sie die Seitenhierarchie bzw. den Kategoriebaum Ihrer Webseite auf.

Die Elemente, um die Struktur aufzubauen, sind die Seiten. Es gibt verschiedene Seitentypen, die jeweils bestimmte Funktionen bereitstellen, siehe *Seitentypen, Seite 101* ff.

In *Vorschauansicht* verwalten Sie die Struktur und erfassen grundlegende Inhalte direkt in der Seitenansicht, siehe dazu *Vorschauansicht, unten*.

In *Datenblattansicht* bearbeiten Sie alle weiteren Daten einer Seite, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97*.

Mit der Funktion *Ansicht wechseln* schalten Sie zwischen beiden Bearbeitungsmodi hin und her.

Wie Sie eine neue Seite anlegen, lesen Sie in *Neue Seite anlegen, Seite 100*.

Sie können bestehende Strukturen importieren und exportieren. Siehe dazu *Import und Export, Seite 107*.

Vorschauansicht

Seite: Inhalt / Kategorien » Vorschauansicht

In diesem Bereich erzeugen und bearbeiten Sie die Struktur Ihrer Webseite und editieren Texte direkt in der Seitenansicht.

Die Seite teilt sich in drei Bereiche:

- Multifunktionsleiste im oberen Teil, siehe *Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 96*
- Seiten-Browser im linken Teil
- Seitenvorschau im rechten Teil

Seiten-Browser

Im linken Bereich der Seite sehen Sie den Seiten-Browser. Er zeigt Ihnen die Struktur Ihrer Webseite an. Mit seiner Hilfe erzeugen, verschieben und löschen Sie die verschiedenen Seiten. Mit diesen Elementen können Sie wahlfrei Ihre Seitenhierarchie aufbauen. Das Symbol neben dem Bezeichner zeigt Ihnen den Status an. Farbiges Symbol bedeutet *sichtbar*, graues Symbol bedeutet *nicht sichtbar*.

Die Funktionen zum Bearbeiten der Struktur sind in der Funktionsgruppe Aktionen der Multifunktionsleiste verfügbar, siehe *Funktionsgruppe Aktionen, Seite 96*.

Seitenvorschau

Im rechten Bereich der Seite wird eine Seitenvorschau angezeigt.

Einige Bereiche der angezeigten Seite sind durch einen gestrichelten Rahmen markiert. Das sind Textfelder oder Bereiche zum Hochladen von Bildern. Diese können direkt bearbeitet werden. Klicken Sie auf einen solchen Bereich, um ihn zu bearbeiten. Es gibt es zwei Typen solcher Textfelder:

- *HTML-Textfelder*: Durch die Aktivierung ändert sich die Multifunktionsleiste und stellt Funktionen zur Textbearbeitung bereit, siehe *Bearbeitungsmodus, Seite 97*. Solche Felder sind Produktbeschreibungen oder andere längere Texte.

- *Nur-Textfelder*: In diese Felder kann nur einfacher Text eingetragen werden, ohne Möglichkeiten der Textformatierung. Das sind z.B. Produkt- oder Kategorienamen. Die Multifunktionsleiste ändert sich nicht.

Multifunktionsleiste und Inhalt

Die Multifunktionsleiste befindet sich im oberen Bereich der Seite mit der Vorschauansicht. Sie stellt alle Funktionen bereit, welche zum Bearbeiten der Seitenstruktur und der Textfelder notwendig sind. Zusammenhängende Funktionen sind in Funktionsgruppen zusammengefasst.

Die Funktionsgruppen *Datei* ist immer verfügbar.

Funktionsgruppe *Datei*

In dieser Gruppe finden Sie Funktionen zur Speichern, Rückgängig machen und Wiederholen von Änderungen.

Wenn Sie die Seitenstruktur bearbeiten, wird die Multifunktionsleiste im Seitenmodus angezeigt und stellt die entsprechenden Funktionen zur Verfügung, siehe *Seitenmodus, unten*.

Wenn Sie Textfelder in der Vorschauansicht bearbeiten, wird die Multifunktionsleiste im Bearbeitungsmodus angezeigt und stellt Textbearbeitungsfunktionen zur Verfügung, siehe *Bearbeitungsmodus, Seite 97*.

Seitenmodus

Sie befinden sich im Seitenmodus, wenn Sie die Vorschauansicht aufgerufen und keinen Text aktiviert haben. In diesem Modus werden zusätzlich die Funktionsgruppen *Aktionen*, *Darstellung* und *Sprache* in der Multifunktionsleiste angezeigt.

In diesem Modus können Sie die Struktur Ihrer Webseite bearbeiten, neue Seiten erstellen und die Sichtbarkeit des Inhalts der einzelnen Seiten festlegen.

Funktionsgruppe *Aktionen*

Die Funktion *Neu* entspricht der Funktion **Neu** im Untermenü von **Inhalt / Kategorien**. Die neue Seite wird als Unterseite zur aktuellen Seite angelegt. Die Funktion *Neu* ist nicht aktiv, wenn zur aktuellen Seite keine Unterseiten angelegt werden können.

Der aktuelle Sichtbarkeits-Status der Seite wird durch das Symbol vor dem Namen der Seite angezeigt. Wenn Sie die Startseite nicht sichtbar schalten, bedeutet das, dass Sie die Webseite schließen.

Beim Löschen wird die Seite sofort aus der Ansicht entfernt. Es erfolgt keine Bestätigungsabfrage. Wenn Sie noch nicht gespeichert haben, können Sie die Seite wieder herstellen. Klicken Sie dazu auf *Rückgängig* oder rufen Sie die gesamte Seite erneut auf.

Über die Funktionen *Seiten verschieben* bewegen Sie die aktuelle Seite innerhalb der Struktur. Damit können Sie die Reihenfolge der Seiten ändern und eine Seite in verschiedene Hierarchieebenen einordnen. Es sind immer nur die Funktionen aktiv, die bei der aktuellen Position der Seite möglich sind.

Achtung: Das Ergebnis der Aktionen z.B. sichtbar schalten oder löschen, wird im Seiten-Browser angezeigt, ist aber noch nicht gespeichert. Klicken Sie auf das Speichersymbol, um den aktuellen Stand zu sichern.

Funktionsgruppe *Darstellung*

In der Gruppe finden Sie Funktionen zur Anordnung und Anzeige der Inhalte auf den einzelnen Seiten. Je nach Typ der aktuellen Seite stehen verschiedene Darstellungsoptionen zur Verfügung.

Die Funktionsgruppe wird nur angezeigt, wenn die Darstellung für die aktuelle Seite geändert werden kann.

Die Piktogramme zeigen die jeweils aktuell eingestellten Optionen an. Klicken Sie auf den Pfeil, um alle Optionen anzuzeigen. Wenn Sie die Maus auf ein Piktogramm bewegen, wird ein kurzer Hinweis angezeigt. Dieser beschreibt, was in welcher Reihenfolge dargestellt wird.

Die Funktionsgruppe ist das Pendant zur Karteikarte **Darstellung** in den Details einer Seite, siehe *Darstellung, Seite 99*.

Funktionsgruppe *Sprache*

Hier stellen Sie die Sprache ein, in welcher Sie die Inhalte der einzelnen Seiten bearbeiten wollen. Sobald Sie eine Sprache ausgewählt haben, wird die aktuelle Seite in dieser Sprache angezeigt und Sie können die Texte für diese Sprache bearbeiten.

Bearbeitungsmodus

Sie befinden sich im Bearbeitungsmodus, wenn Sie in der Vorschauansicht ein Textfeld angeklickt haben. In diesem Modus werden die Funktionen zur Textbearbeitung in der Multifunktionsleiste angezeigt.

Diese Funktionen entsprechen den Funktionen des WYSIWYG-Editors, siehe dazu *WYSIWYG-Editor, Seite 27*.

Als Spezialfunktion können Sie HTML-Code für die Textfelder eingeben. Klicken Sie dazu in der Multifunktionsleiste auf **HTML bearbeiten**. Daraufhin wird ein neues Fenster geöffnet, welches den Text enthält. Fügen Sie hier den HTML-Code ein. Sichern Sie alle Eingaben mit **Übernehmen**. In der Seitenvorschau wird der Text HTML-formatiert angezeigt.

Achtung: Ihre Änderungen sind nach dem nach dem Verlassen des Feldes zwar sichtbar, werden aber nicht automatisch gespeichert. Klicken Sie auf das Speichersymbol, um den aktuellen Stand zu sichern.

Datenblattansicht

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht

In der Datenblattansicht können Sie alle verfügbaren Daten der aktuellen Seite bearbeiten. Diese Ansicht wählen Sie, um die Daten zu erfassen und zu bearbeiten, die in der Vorschauansicht nicht bearbeitet werden können.

Die Parameter sind in Karteikarten gruppiert, die nachfolgend beschrieben sind. Auf Ausnahmen wird in den speziellen Beschreibungen der jeweiligen Seitentypen hingewiesen.

Es sind prinzipiell folgende Karteikarten vorhanden:

- Allgemein, siehe *Allgemein, unten*
- Seiten, siehe *Seiten, Seite 98*
- Produkte, siehe *Produkte, Seite 99*
- Bilder, siehe *Bilder, Seite 99*
- Darstellung, siehe *Darstellung, Seite 99*

Allgemein

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Seiten » [seite] » Allgemein

Für jeden Seitentyp gibt es allgemeine Einstellungen. Das sind Einstellungen wie Seitentitel, Beschreibungstexte, Sichtbarkeit oder auch Zugangsberechtigungen.

Die Option *Im Seitenelement sichtbar* ist eine Spezialform der allgemeinen Sichtbarkeit. Die Seite wird nur im entsprechenden Seitenelement sichtbar oder nicht sichtbar geschaltet. Sie bleibt aber generell sichtbar. So können Sie z. B. bei großer Katalogstruktur nur die wichtigsten Kategorien für die Navigation anzeigen. In der jeweiligen Kategorieliste im Anzeigebereich werden dann wieder alle Kategorien angezeigt und der Nutzer kann darauf zugreifen. Ist die Seite generell nicht sichtbar, kann die Option nicht genutzt werden.

Für einige Seiten können Sie Zugangsberechtigungen vergeben. Über das Auswahlfeld *Anzeige erlauben für* legen Sie fest, wer diese Seite ansehen darf. Die jeweilige Seite kann nur von der eingestellten Benutzergruppe aufgerufen werden.

Für Seiten, auf denen die Besucher Einträge bearbeiten können (Forum, Blog usw.) können Sie das Erstellen solcher Beiträge einschränken. Nutzen Sie dazu das Auswahlfeld *Hinzufügen erlauben für*.

Der Inhalt des Feldes *Titel* wird als Seitenüberschrift, in der Titelzeile des Browsers und im Seiten-Browser in der Vorschauansicht angezeigt.

Der Inhalt des Feldes *Beschriftung im Seitenelement* wird als Link in Seitenelementen angezeigt, in denen die Kategorien zu Navigationszwecken aufgelistet sind, z.B. *Baumansicht der Seiten als Box* oder *Liste der Seiten der ersten Ebene*. Wenn Sie das Feld leer lassen, wird der Text aus dem Feld *Titel* auch für die Beschriftung im Seitenelement verwendet. Wenn der Titel sehr lang ist, tragen Sie hier einen kurzen, griffigen Begriff ein, damit der Name des Links nicht zu lang wird. Der Text wird auch im Navigationsverlauf (Breadcrumb) angezeigt.

Das Feld *Schlüsselworte für Suche* wird hauptsächlich von der allgemeinen Suche verwendet, die Sie als Seitenelement auf Ihrer Webseite platzieren. Tragen Sie hier alternative Begriffe oder Schreibweisen ein, die nicht in den Seitentexten vorkommen, unter denen die jeweilige Seite aber gefunden werden soll.

Für die einzelnen Seitentypen stehen neben der Beschreibung bis zu vier Felder für die erweiterte Beschreibung zur Verfügung. Die Beschreibung wird in den Kategorielisten angezeigt.

Die Texte aus den erweiterten Beschreibungen werden auf der Seite selbst bzw. in den Details der jeweiligen Kategorie angezeigt. Welche Texte wie angezeigt werden, legen Sie mit der Darstellungsoption für die Seite fest, siehe *Darstellung, Seite 99*.

Für einzelne Seitentypen gibt es besondere Einstellungen. Diese werden in den Beschreibungen der jeweiligen Seitentypen mit erläutert.

Seiten

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Seiten » [seite] » Seiten

Alle Strukturelemente, die sich hierarchisch unter der aktuellen Seite befinden, werden als Unterseiten dieser Seite bezeichnet. Es wird auch der Begriff *Unterkategorie* verwendet.

In der Tabelle sehen Sie alle Unterseiten, die zur aktuellen Seite angelegt sind. Das Symbol neben dem Bezeichner zeigt Ihnen Typ und Status an.

Um eine neue Seite anzulegen, gehen Sie vor, wie unter *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben.

Die Stapelverarbeitungsaktion *Verschieben nach...* nutzen Sie, um Seiten an eine andere Stelle des Strukturbaumes zu verschieben. Beim Verschieben werden alle zugehörigen und untergeordneten Elemente wie zum Beispiel Unterkategorien und Produkte mit umbewegt, das heißt diese Zuordnungen bleiben erhalten.

Achtung: Beim Löschen einer Seite werden deren Unterseiten einschließlich ihrer Inhalte mit gelöscht. Die zugeordneten Produkte bleiben erhalten, hier werden nur die Seitenzuweisungen gelöscht.

Hinweis: Wenn Sie aus einer Seite heraus die Webseitenansicht aufrufen, sehen Sie die Seite auch wenn diese *nicht sichtbar* geschaltet ist. Wechseln Sie in die nächst höhere Seitenebene, wird Ihnen diese Seite als Unterseite nicht mehr angezeigt, solange der Status auf *nicht sichtbar* gesetzt ist. Beachten Sie dabei auch die Einstellungen zum Seiten-Cache, siehe *Seiten-Cache (Cache)*, Seite 39.

Produkte

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Seiten » [seite] » Produkte

In der Tabelle sehen Sie alle Produkte, welche der aktuellen Seite zugeordnet sind. Funktion und Bedeutung der Symbole entsprechen denen in der allgemeinen Produktliste.

Um der aktuellen Kategorie Produkte zuzuweisen, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Anlegen von neuen Einträgen, wie unter *Hinzufügen von Datensätzen*, Seite 21 beschrieben. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
- Direktanlegen eines neuen Produktes über das Untermenü von **Produkte**. Klicken Sie dort auf den Link **Neu** und gehen Sie vor, wie unter *Anlegen eines neuen Produktes*, Seite 69 beschrieben. Nach Abschluss ist das Produkt der Kategorie zugeordnet.

Die Reihenfolge legen Sie über den Sortierschlüssel in der letzten Spalte der Tabelle fest. Lesen Sie dazu *Sortieren über Sortierschlüssel*, Seite 22.

Mit Hilfe der Stapelverarbeitungsaktionen können Sie die Produktliste auch nach verschiedenen Kriterien sortieren, z. B. nach aufsteigenden Preisen. Diese Sortierung ist nicht dynamisch. Das bedeutet, wenn Sie nach der Sortierung die Preise für die Produkte dieser Liste ändern, wird die Liste nicht automatisch neu sortiert. Die Reihenfolge der Produkte bleibt so, wie sie vor der Preisänderung war. Soll die Liste wieder nach dem Preis aufsteigend sortiert sein, müssen Sie die entsprechende Stapelverarbeitungsaktion neu ausführen.

Bilder

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Seiten » [seite] » Bilder

Für eine Seite können Sie bis zu vier Bilder verwalten. Das Bild *Listenansicht* wird für Seitenlisten verwendet. Hier wird für jede Seite neben Titel und Beschreibung auch ein kleines Bild angezeigt. Die anderen Bilder werden auf der Seite selbst bzw. in den Kategoriedetails angezeigt, zusammen mit eventuell vorhandenen Feldern für die erweiterte Beschreibung. Welche der Bilder wie angezeigt werden, legen Sie über die Darstellungsoptionen fest, siehe *Darstellung*, unten.

Sie müssen jedes Bild einzeln über die Schaltfläche **Datei hochladen** laden, siehe dazu *Hochladen von Bildern*, Seite 29.

Darstellung

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Seiten » [seite] » Darstellung

In der Tabelle sehen Sie grundsätzlich alle Möglichkeiten, die Inhalte der jeweiligen Seite auf der Webseite anzuzeigen. Wenn Sie die Maus auf ein Piktogramm bewegen, wird eine kurzer Hinweis angezeigt. Dieser beschreibt, was in welcher Reihenfolge dargestellt wird.

Die ausgewählte Option hat zwei Funktionen. Zum einen wird festgelegt, welcher Inhalt auf der Seite angezeigt wird, z.B. nur Text oder Unterseiten zusammen mit Produkten. Zum anderen wird die Reihenfolge der Inhalte festgelegt, z.B. erst Produkte und dann Unterseiten oder umgekehrt.

Je nach Seitentyp haben Sie bis zu vier Textfelder zur Verfügung und können bis zu vier Bilder hochladen, siehe *Allgemein, Seite 97*. Mit der Option *Texte* legen Sie fest, welche der Texte und Bilder in welcher Kombination angezeigt werden. Werden im Piktogramm mehr Textfelder oder Bilder angezeigt, als momentan auf der Seite verfügbar sind, werden diese angelegt und können von Ihnen bearbeitet werden.

Über *Unterseiten* legen Sie fest, ob auf der Seite alle Unterseiten oder nur die redaktionellen Seiten angezeigt werden.

Über *Produkte* legen Sie fest, wie die Produktliste auf der Seite aussehen soll.

Hinweis: Bei der mehrspaltigen Anordnung der Produkte und Kategorienseiten werden diese zuerst von links nach rechts und so fortlaufend nach unten sortiert.

Neue Seite anlegen

Es gibt verschiedene Wege, eine neue Seite anzulegen, abhängig vom Kontext, in dem Sie sich befinden. Beim nachfolgend beschriebenen Verfahren gehen wir davon aus, dass bereits eine Struktur vorhanden ist. Dies ist auch der Zustand nach dem Durchlaufen des Einrichtungsassistenten.

Gehen Sie wie folgt vor:

1. Rufen Sie im Menü **Inhalt / Kategorien** den Punkt **Vorschauansicht** auf.
2. Wählen Sie im Seiten-Browser die Seite aus, unter der die neue Seite angelegt werden soll.
3. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf **Neu**.
4. Geben Sie einen Namen ein und wählen Sie den entsprechenden Seitentyp. Die Option *Sichtbar* lassen Sie auf *Nein*.
5. Klicken Sie auf **Einfügen**.
6. Kontrollieren Sie, ob die neue Seite an der richtigen Stelle in der Struktur eingeordnet wurde. Wenn nicht, benutzen Sie die Funktionen unter *Seite verschieben* in der Multifunktionsleiste, um die Seite an die richtige Stelle zu bewegen.
7. Klicken Sie in der Vorschauansicht auf die Textfelder und tragen den entsprechenden Inhalt ein.
8. Wählen Sie die passenden Darstellungsoptionen für die Seite. Probieren Sie die einzelnen Varianten, bis Sie die optimale Seitendarstellung gefunden haben.
9. Klicken Sie auf den Link zur Webseitenvorschau in der Administrationsnavigation. Kontrollieren Sie die neu Seite auf der Webseite.
10. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf **Sichtbarkeit**.
11. Setzen Sie die Option *Sichtbar* auf *Ja* und klicken Sie **Übernehmen**.

Jetzt wird die neue Seite auf Ihrer Webseite angezeigt.

Wollen Sie die Seite auch in einer weiteren Sprache anzeigen, schalten Sie die Sprache mit Hilfe der Auswahlbox um. So sehen Sie, welche sprachabhängigen Daten von Ihnen noch erfasst werden müssen.

Bei Bedarf geben Sie weitere Daten in der Datenblattansicht ein. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf **Datenblattansicht** und erfassen Sie alle notwendigen Daten in den angebotenen Karteikarten.

Die Grundlagen zur Arbeit in den einzelnen Ansichten lesen Sie in *Vorschauansicht, Seite 95*, *Datenblattansicht, Seite 97* und *Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 96*.

Seitentypen

Seitentypen sind die Basis für die verschiedenen Arten von Seiten, aus denen Sie Ihre Webseite aufbauen.

Der Seitentyp bestimmt die Art des Inhalts und der Funktionalität, welche im Inhaltsbereich der jeweiligen Seite angezeigt wird, siehe dazu *Struktur einer Webseite, Seite 116*.

Das sind zum Beispiel beim Seitentyp *Kategorie* Beschreibungstexte, Überschrift und Bilder für die Kategorie sowie die Produktliste und Liste der Unterkategorien. Beim Seitentyp *Kundeninformationen* ist das Text mit den entsprechenden Informationen für die Besucher Ihrer Webseite.

Weiterhin unterscheiden sich die Seitentypen in Art und Menge der Daten, die in den Details der jeweiligen Seite zu pflegen sind.

Bei der Erzeugung einer Seite wird der jeweilige Typ ausgewählt und bestimmt das weitere Vorgehen beim Anlegen der Seite.

Zugriff auf die Seitentypen haben Sie im Seiten-Browser und in der Datenblattansicht einer Seite. Siehe dazu *Seiten-Browser, Seite 95* und *Seiten, Seite 98*.

Die Anwendung, Funktion und Besonderheiten der verschiedenen Seitentypen werden in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben.

Startseite

Seite: Inhalt / Kategorien » Seiten - Datenblattansicht

Die Startseite ist die Hauptseite. Sie ist die Wurzel Ihres Strukturbaumes. Alle anderen Seiten sind Unterseiten der Startseite.

Sie ist die Startseite der Webseite.

Die Startseite kann nicht gelöscht werden. Sie können den Bezeichner für diese Seite nicht ändern. Die Startseite ist nur einmal vorhanden.

Die meisten Einstellungen für die Startseite entsprechen denen aller Seiten, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97ff*. Folgende Besonderheiten gibt es für die Startseite zu beachten:

Allgemein

Im Feld *Zusammenfassung für Suchmaschinen* tragen Sie den Text ein, der in der Ergebnisliste von Suchmaschinen mit angezeigt wird. Gestalten Sie den Text kurz, aber aussagekräftig, um die Kunden für Ihre Seite zu interessieren.

Intro

Seite: Inhalt / Kategorien » Datenblattansicht » Intro

Sie können für Ihre Webseite ein Intro festlegen. Dies ist eine animierte Einführung, bevor die Startseite angezeigt wird. Das Intro läuft zeitlich begrenzt oder es wird ein Link eingeblendet, mit dessen Hilfe der Benutzer das Intro überspringen kann.

Vorlagen für das Intro finden Sie in der Sektion **Vorlage für Intro wählen**.

Um ein Intro einzurichten, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in der Sektion **Vorlage für Intro wählen** eine Vorlage aus

2. Klicken Sie **Übernehmen**.
3. Ändern Sie die Parameter nach Ihren Bedürfnissen.
4. Klicken Sie **Aktualisieren**, um das Intro mit den aktuellen Daten anzuzeigen.
5. Stellen Sie die Option *Soll vor der Startseite ein Intro angezeigt werden?* auf *Ja*.
6. Sicher Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Ein eigenes Intro erstellen Sie mit Hilfe der Vorlage *Eigenes Intro*. Tragen Sie den erforderlichen Code in das Textfeld ein. Im Bereich *Code-Beispiele* sind einige Beispielelemente aufgelistet. Klicken Sie auf den Namen, um den jeweiligen Beispiel-Code in das Textfeld zu übernehmen. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Seite / Kategorie

Seite/Kategorie ist der Seitentyp für den Aufbau einer hierarchischen Katalogstruktur. Ihr können Unterkategorien und Produkte zugeordnet werden. Für jede Kategorie können Sie eine eigene Darstellung wählen.

In der Seitenvorschau können Sie die Kategorietexte und Texte der zugeordneten Produkte bearbeiten.

Die meisten Einstellungen für die Kategorien entsprechen denen aller Seiten, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97ff*.

Redaktionelle Seite

Redaktionelle Seite ist der Seitentyp, mit dem Sie allgemeine Inhalte in Artikelform erstellen und auf Ihrer Webseite anzeigen.

Die meisten Einstellungen für die redaktionelle Seite entsprechen denen aller Seiten, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97ff*. Folgende Besonderheiten gibt es für die redaktionelle Seite zu beachten:

Im Feld *Datum* können Sie das Redaktionsdatum eintragen, welches dann zusammen mit Titel angezeigt wird.

In der Sektion **Texte** Sie können dem Artikel einen Anhang hinzufügen. Tragen Sie entweder den Dateinamen mit Pfadangabe direkt ein in das Feld *Anhang* ein oder klicken Sie auf **Durchsuchen**, um die Datei zu suchen. Auf der Webseite wird am Ende des Artikels ein Link zu diesem Anhang angezeigt. Im Feld *Beschriftung des Anhangs* tragen Sie den Text für den Link ein.

Verknüpfung

Verknüpfung ist der Seitentyp, mit dem Sie Links zu externen oder internen Seiten auf Ihrer Webseite anzeigen.

Der Link wird in Seitenelementen wie dem Kategoriebaum oder in Kategorielisten angezeigt.

Die meisten Einstellungen für die Verknüpfung entsprechen denen aller Seiten, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97ff*. Folgende Besonderheiten gibt es für die Verknüpfung zu beachten:

Mit der Option *Neues Fenster* legen Sie fest, ob die Zielseite des Links als aktuelle Seite im selben Browserfenster angezeigt wird oder ob dafür ein neues Fenster geöffnet wird.

Im Feld *Webseite* tragen Sie die Zieladresse für den Link ein.

Aktionsprodukte

Aktionsprodukte ist der Seitentyp, mit dem Sie ausgewählte Produkte speziell anbieten können. Präsentieren Sie damit Ihren Kunden Sonderangebote, Preisaktionen oder neue Produkte. Der Typ *Aktionsprodukte* ist eine spezielle Kategorie, die nur einmal verwendet werden kann.

Die meisten Einstellungen für die Aktionsprodukte entsprechen denen aller Seiten, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 97ff.*

Zur Anzeige der Aktionsprodukte im Shop gibt es zwei spezielle Seitenelemente: *Aktionsprodukte als Box* und *Verknüpfung zu den Aktionsprodukten*. Diese platzieren Sie im Bereich **Gestaltung** auf der Webseite. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123.*

Impressum

Impressum ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihre Firmendaten auf Ihrer Webseite anzeigen.

Das Impressum ist ein wichtiger und gesetzlich notwendiger Teil Ihrer Webseite. Es wird auch Anbieterkennzeichnung genannt. Es besteht eine Impressumspflicht.

Der Inhalt des Impressums wird durch die jeweiligen Länder festgelegt. In Deutschland sind die Vorgaben für das Impressum im Telemediengesetz festgehalten. Es müssen mindestens enthalten sein:

- Name und Anschrift des Anbieters
- Kommunikationsdaten
- Register und Registernummer
- Umsatzsteuer- oder Wirtschaftssteueridentifikationsnummer

Je nach Ihrem Unternehmen können weitere Informationen Pflicht sein. Informieren Sie sich anhand der für Sie aktuell zutreffenden gesetzlichen Vorgaben.

Das Impressum muss von allen Seiten der Webseite aus sichtbar sein. Dafür gibt es ein entsprechendes Seitenelement. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123.*

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

AGB ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihre Geschäfts- und Vertragsbedingungen auf Ihrer Webseite anzeigen.

Die AGB sind ein Bestandteil eines Shops und auch dafür gelten strenge Regeln. Inhalt und Zugang sind durch die jeweiligen Länder gesetzlich festgelegt.

In Deutschland sind die AGB seit 2002 im Bundesgesetzbuch (BGB) Paragraf 305 ff. geregelt.

Achtung: Die installierten AGB müssen von Ihnen an die aktuellen Bedingungen Ihrer Webseite angepasst bzw. durch Ihre eigenen AGB ersetzt werden.

Die AGB müssen den Kunden leicht zugänglich sein. Dafür gibt es ein entsprechendes Seitenelement. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123.*

Hinweis: Sie können den Bestellprozess so einrichten, dass der Kunden die AGB vor dem Kauf bestätigen muss, siehe *Warenkorbeinstellungen, Seite 63.*

Der Kunde kann sich die AGB bei Bedarf ausdrucken oder als Datei abspeichern.

Eng in Zusammenhang mit den AGB stehen die Kundeninformationen, welche die AGB ergänzen und die geschäftlichen Rahmenbedingungen näher erklären und weitere Hinweise liefern. Lesen Sie dazu auch *Kundeninformationen, unten.*

Kundeninformationen

Kundeninformationen ist der Seitentyp, mit dem Sie weiterführende Informationen zu Ihren Vertragsbedingungen auf Ihrer Webseite anzeigen.

Kundeninformationen sind als Ergänzung zu den AGB dazu gedacht, die Kunden über Rahmenbedingungen, Abläufe und Vorgehensweisen auf der Webseite zu informieren. Hier sollten Sie auch Ihre Versandkosten erläutern. Im Gegensatz zu den AGB sollten die Kundeninformation mehr als Hinweise und Erläuterungen zu verstehen sein. Zu AGB siehe *Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)*, Seite 103.

Die Kundeninformationen sollten den Kunden leicht zugänglich sein. Dafür gibt es ein entsprechendes Seitenelement. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation*, Seite 123.

Achtung: Die installierten Kundeninformationen müssen von Ihnen an die aktuellen Bedingungen Ihrer Webseite angepasst bzw. durch Ihre eigenen Kundeninformationen ersetzt werden.

Datenschutzerklärung

Datenschutzerklärung ist der Seitentyp, mit dem Sie die Verwendung von personenbezogenen Kundendaten auf Ihrer Webseite anzeigen.

Da Sie von Ihren Kunden personenbezogene Daten erheben und speichern, müssen Sie Ihre Kunden über die Verwendung und Speicherung dieser Daten informieren. Dazu sind Sie gesetzlich verpflichtet. Mit Hilfe der Seite *Datenschutzerklärung* können Sie Ihren Kunden die entsprechenden Hinweise anzeigen.

Die Datenschutzerklärung muss für die Kunden leicht zugänglich sein. Dafür gibt es ein entsprechendes Seitenelement. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation*, Seite 123.

Wie Sie die Einverständniserklärung für Ihre Kunden auf die Webseite einrichten, lesen Sie unter *Anmeldung*, Seite 43.

Achtung: Die installierte Datenschutzerklärung muss von Ihnen an die aktuellen Bedingungen Ihrer Webseite angepasst bzw. durch Ihre eigene Datenschutzerklärung ersetzt werden.

Geschäftszeiten

Geschäftszeiten ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihren Besuchern die Zeiten anzeigen, zu denen Sie Ihre Dienstleistungen anbieten.

Die Zeiten selbst legen Sie in den allgemeinen Einstellungen für Ihre Webseite fest, siehe *Geschäftszeiten*, Seite 41.

Für die **Darstellung** der Geschäftszeiten auf der Webseite können Sie zwischen einer tabellarischen und einer graphischen Anzeige wählen.

Sitemap

Sitemap ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihren Besuchern die Struktur Ihrer Webseite in einer Übersicht anzeigen. Die Besucher sehen auf einen Blick, welche Einzelseiten zu Ihrer Webseite gehören und können sich orientieren. Dabei werden je nach Darstellungsform maximal vier Hierarchieebenen angezeigt.

Ein Teil der allgemeinen Einstellungen für die Sitemap entsprechen den allgemeinen Einstellungen aller Seiten, siehe dazu *Allgemein*, Seite 97.

Für die **Darstellung** der Sitemap auf der Webseite können Sie zwischen einer Blockansicht und einer Baumansicht wählen.

Forum

Forum ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihren Besuchern die Möglichkeit bieten, sich auf Ihrer Webseite über verschiedene Themen auszutauschen. Die Nutzer können Diskussionen zu Themen eröffnen und Beiträge

zu den verschiedenen Diskussionen schreiben. Die Besucher können sich die Beiträge als RSS-Feed abonnieren.

Dabei können Sie einschränken, wer lesen und wer Themen oder Beiträge einstellen darf. Berechtigte Besucher können über eine Funktion verdächtige Inhalte melden. Solche Einträge werden in der Administration als Spam markiert. Sie können dann die Anzeige dieser Beiträge bei Bedarf verhindern.

In der Seitenvorschau können Sie neue Themen anlegen.

Ein Teil der allgemeinen Einstellungen für das Forum entsprechen den allgemeinen Einstellungen aller Seiten, siehe dazu *Allgemein, Seite 97*.

Für die **Darstellung** des Forums auf der Webseite können Sie zwischen einer Listenansicht und einer Baumansicht wählen.

Themen

In der Tabelle sehen Sie die Liste aller Themen in diesem Forum. Hier können Sie auch neue Themen einstellen. Gehen Sie vor wie in *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben.

Wenn Sie die Beiträge zu einem Thema lesen wollen, klicken Sie auf den Bezeichner, siehe dazu *Themen – Details, unten*.

Themen – Details

In den Details eines Themas können Sie dieses umbenennen und festlegen, ob über die Webseite weitere Beiträge erstellt werden können.

In der Tabelle sehen Sie alle Beiträge zu dem Thema. Zusätzlich zum Benutzer wird Ihnen die IP-Adresse des Rechners angezeigt, von dem aus der Beitrag gesendet wurde. Falls Besucher für einen Beitrag einen Spam-Verdacht gemeldet haben, ist dieser Beitrag mit dem Warnsymbol markiert. Falls die Spam-Meldung unberechtigt ist, können Sie diese entfernen. Nutzen Sie dazu die Stapelverarbeitungsaktion *Markierung "Spam-Verdacht" löschen*.

Sie können hier auch einen eigenen Beitrag zu dem Thema erstellen. Gehen Sie dabei vor wie in *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21* beschrieben.

Blog

Blog ist der Seitentyp, mit dem Sie Ihren Besuchern in Tagebuchform neue Informationen zu präsentieren.

Die Besucher können Bemerkungen zu den Einträgen verfassen und sich die Beiträge als RSS-Feed abonnieren.

Dabei können Sie einschränken, wer lesen und wer Bemerkungen zum Eintrag verfassen darf. Berechtigte Besucher können über eine Funktion verdächtige Inhalte melden. Solche Einträge werden in der Administration als Spam markiert. Sie können dann die Anzeige dieser Beiträge bei Bedarf verhindern.

In der Seitenvorschau können Sie neue Themen anlegen.

Beiträge

In der Tabelle sehen Sie alle Einträge dieses Blogs. Hier erstellen Sie auch neue Beiträge, siehe dazu *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21*.

Beiträge – Details

In den Beitragdetails bearbeiten Sie dessen allgemeine Einstellungen und die dazugehörigen Kommentarliste.

Hier schalten Sie den Beitrag sichtbar und lassen Kommentare zu. Die Sperrung der Kommentare hier ist unabhängig von den eingestellten Berechtigungen für das Blog.

Kommentare

In der Tabelle sehen Sie alle Kommentare zu dem Blog-Eintrag. Zusätzlich zum Benutzer wird Ihnen die IP-Adresse des Rechners angezeigt, von dem aus der Beitrag gesendet wurde. Falls Besucher für einen Kommentar einen Spam-Verdacht gemeldet haben, ist dieser Kommentar mit dem Warnsymbol markiert. Falls die Spam-Meldung unberechtigt ist, können Sie diese entfernen. Nutzen Sie dazu die Stapelverarbeitungsaktion *Markierung "Spam-Verdacht" löschen*.

Sie können hier auch eigene Kommentare zum aktuellen Beitrag erstellen.

Gästebuch

Gästebuch ist der Seitentyp, mit dem Sie den Besuchern Ihrer Webseite die Möglichkeit bieten, Textbeiträge zur Webseite öffentlich abzugeben.

Prinzipiell nutzen die Besucher der Webseite diese Möglichkeit, um Meinungen, Hinweis oder Kritik zur Webseite zu verfassen. Die Besucher können sich die Beiträge als RSS-Feed abonnieren.

Dabei können Sie einschränken, wer Beiträge schreiben oder lesen darf. Berechtigte Besucher können über eine Funktion verdächtige Inhalte melden. Solche Einträge werden in der Administration als Spam markiert. Sie können dann die Anzeige dieser Einträge bei Bedarf verhindern.

Einträge

In der Tabelle sehen Sie alle Einträge zu dem Gästebuch. Zusätzlich zum Benutzer wird Ihnen die IP-Adresse des Rechners angezeigt, von dem aus der Eintrag gesendet wurde. Falls Besucher für einen Eintrag einen Spam-Verdacht gemeldet haben, ist dieser Eintrag mit dem Warnsymbol markiert. Falls die Spam-Meldung unberechtigt ist, können Sie diese entfernen. Nutzen Sie dazu die Stapelverarbeitungsaktion *Markierung "Spam-Verdacht" löschen*.

Sie können hier auch einen eigenen Eintrag im Gästebuch erstellen, sieh dazu *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21*.

Bildergalerie

Bildergalerie ist der Seitentyp, mit dem Sie Fotos auf Ihrer Webseite präsentieren können.

Sie können die Bilder zum einen als Liste mit Diaschau anzeigen. Der Betrachter kann die Diaschau steuern. Zum anderen können Sie die Bilder mit dem so genannten Cover-flow-Effekt anzeigen. Der Cover-flow ist eine Darstellung, in der alle Bilder als horizontale Laufleiste angezeigt werden mit dem aktuellen Bild im Vordergrund.

In der Seitenvorschau können Sie Bilder laden und Textelemente bearbeiten. Die anderen Einstellungen bearbeiten Sie in der Datenblattansicht.

Folgende Besonderheiten gibt es für die Bildergalerie zu beachten:

- Der Betrachter kann die Diaschau steuern. Dafür werden ihm Steuerelemente angezeigt. Über die Option *Bildlaufsteuerung* legen Sie fest, ob große oder kleine Steuerelemente angezeigt werden.
- Das unter *Verzeichnis* angezeigte Verzeichnis ist das Verzeichnis, unter dem die Bilder in der Dateiverwaltung abgespeichert sind. Siehe *Dateiverwaltung, Seite 31*.

Bilder

In der Tabelle sehen Sie die Fotos, welche Sie für diese Bildergalerie geladen haben.

Um eine vergrößerte Ansicht zu sehen, klicken Sie auf ein Bild. Für jedes Bild können Sie weitere Daten erfassen. Diese Daten werden auf der Webseite zu jedem Bild mit angezeigt. Um diese Daten für andere Sprachen zu erfassen, wählen Sie die jeweilige Sprache aus dem Auswahlfeld oberhalb der Tabelle.

Sie können den Namen der Datei ändern. Klicken Sie dazu auf das Symbol im Namen der entsprechenden Datei.

Die Reihenfolge legen Sie über den Sortierschlüssel in der letzten Spalte der Tabelle fest. Lesen Sie dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 22*.

Um neue Bilder zu laden, gehen Sie vor, wie unter *Hochladen von Bildern, Seite 29* beschrieben.

Achtung: Die Bilder für die Fotogalerie dürfen nur über die Funktion **Dateien hochladen** auf der Karteikarte **Bilder** zu Bildergalerie hinzugefügt werden. Die Dateiverwaltung kann dafür nicht verwendet werden. Dasselbe gilt für die Bearbeitung der Dateinamen.

Bildersuche

Sowohl auf der Webseite als auch in der Administration kann nach Bildern gesucht werden. Um eine sinnvolle Suche zu ermöglichen, sollten Sie für die Bilder Suchbegriffe und andere Inhalte definieren. Nach diesen Inhalten kann gesucht werden.

Für jedes Bild können Sie folgende Inhalte hinzufügen:

- Schlüsselworte

Einzelne Suchworte, unter denen die Bilder gefunden werden sollen. Mehrere Begriffe müssen durch Komma getrennt werden.

- Aufnahmeort
- Beschreibung

In der Suchmaske in der Administration stehen jeweils die Felder *Schlüsselworte* und *Text* zur Verfügung. Bei einer Suche werden die Begriffe im Suchfeld *Schlüsselworte* mit den Inhalten des Attributes *Schlüsselworte* verglichen. Die Begriffe im Suchfeld *Text* werden mit den Inhalten der Felder *Aufnahmeort* und *Beschreibung* verglichen.

Begriffe in mehreren Feldern werden *UND*-verknüpft. Das bedeutet, wenn Sie ein Schlüsselwort und einen Text in die Suchmaske eintragen, muss ein Bild sowohl dieses Schlüsselwort als auch den Text aufweisen, um gefunden zu werden.

Auf der Webseite gibt es nur ein Suchfeld. Der hier eingetragene Suchbegriff wird in allen drei oben genannten Feldern gesucht.

Import und Export

Seite: Inhalt / Kategorien » Import und Export

Die allgemeine Beschreibung für Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 32*. Im Bezug auf Inhalte und Kategorien gibt es folgende Import- und Export-Typen:

- Import/Export von Seiten und Kategorien, siehe *Import/Export von Inhalt / Kategorien / Seiten, Seite 108*
- Import/Export von Kategorie-Produkt-Zuweisungen, siehe *Import/Export von Kategorie-Produkt-Zuweisungen, Seite 108*

Hinweis: Durch bestimmte Funktionen der Anwendung werden neue Browser-Fenster geöffnet. Dafür muss für Ihren Browser das Öffnen von Popup-Fenstern zugelassen sein. Anderenfalls lassen sich diese Funktionen nicht nutzen.

Import/Export von Inhalt / Kategorien / Seiten

Mit dem *Kategorien-Import/Export* lagern Sie die Katalogstruktur Ihrer Webseite aus oder lesen diese ein. Dies bezieht sich auf sämtliche Kategorien/Seiten mit ihren Eigenschaften und wie diese in der Katalogstruktur angeordnet sind.

In der Importdatei sind für das Anlegen neuer Kategorien folgende Spalten Pflicht:

- "Typ [Class]"
- "Übergeordnetes Objekt [Parent]"
- "Bezeichner [Alias]"

Sind keine weiteren Daten angegeben, werden die Kategorien unter dem entsprechenden Alias als angegebener Typ angelegt und entsprechend in die Struktur eingeordnet. Für andere notwendige Daten werden Standardeinstellungen übernommen.

Ist in der Spalte *Übergeordnetes Objekt [Parent]* kein Eintrag, werden die entsprechenden Elemente direkt unter der Startseite eingeordnet.

Import/Export von Kategorie-Produkt-Zuweisungen

Beim Import/Export der Kategorie-Produkt-Zuweisungen werden die Zuordnungen von Produkten zu Kategorien ein- oder ausgelagert. Hier ist definiert, in welcher Kategorie welche Produkte angeordnet sind.

In der Importdatei sind alle Spalten aus der Exportdatei Pflicht.

Achtung: Um einen Import für Kategorie-Produkt-Zuweisungen durchführen zu können, müssen die verwendeten Produkte und eine entsprechende Katalogstruktur vorhanden sein. Falls Sie diese per Import bereitstellen, müssen Sie also zuerst *Produkt-Import* und *Kategorie-Import* ausführen und danach den *Kategorie-Produkt-Zuweisungs-Import*.

9. Buchungssystem

Über das Buchungssystem bieten Sie Dienstleistungen an, welche Ihre Kunden auf der Webseite buchen können. Das kann die Vermietung von Werkzeugen sein, die Reservierung eines Tisches im Restaurant oder auch die Buchung eines Friseurtermins. Diese Dienstleistungen werden hier Leistungen genannt.

Um die Leistungen anzubieten, müssen Sie erst die grundlegenden Einstellungen festlegen und Leistungen einrichten. Dafür stehen zwei Assistenten zur Verfügung. Der Buchungssystemeinrichtungsassistent hilft Ihnen bei den Grundeinstellungen. Der Leistungseinrichtungsassistent hilft beim Anlegen der Leistungen.

Mit dem Buchungssystem arbeiten Sie prinzipiell wie folgt:

1. Einrichtung des Buchungssystems

Starten Sie dazu den Buchungssystemeinrichtungsassistent und arbeiten Sie alle Schritte ab.

2. Anlegen von Leistungen

Legen Sie Leistungen an. Starten Sie den Leistungseinrichtungsassistent und arbeiten Sie alle Schritte ab.

3. Einstellen/Ausführen? von Buchungen

Buchungen können durch Ihre Kunden über die Webseite oder durch Sie in der Administration eingestellt/ausgeführt werden. Dazu wird die entsprechende Leistung ausgewählt und die notwendigen Daten werden eingetragen. Abschließend wird die Buchung gesendet bzw. abgespeichert. Die Buchungen werden in die Buchungsübersicht der jeweiligen Leistung eingetragen.

4. Kontrolle und Bestätigung

In der Administration lassen Sie sich die Buchung entweder über den Kalender einer Leistung oder mit Hilfe einer Suche anzeigen. Falls die manuelle Bestätigung aktiv ist, müssen Sie die Buchung einzeln prüfen und bestätigen, damit eine entsprechende E-Mail als Buchungsbestätigung an den Kunden versendet wird. Bei Bedarf können Sie in den Buchungsdetails die Daten jederzeit ändern oder gegebenenfalls Buchungen auch stornieren. Siehe dazu *Buchungsdetails, Seite 113*.

Danach sind die Buchungen bei Ihnen eingestellt und gegenüber Ihren Kunden bestätigt.

Der Buchungssystemeinrichtungsassistent kann nach erstmaligem Durchlaufen wiederholt aufgerufen werden, um die Einstellungen zu ändern.

Den Leistungseinrichtungsassistent benutzen Sie zum Anlegen der Leistungen. Um die Daten für die Leistung zu ändern, rufen Sie die Details der jeweiligen Leistung aus der Tabelle heraus auf. Siehe dazu auch *Leistungsdetails, Seite 110*.

Leistungen werden ähnlich wie Produkte verwaltet. Neben der Bearbeitung der allgemeinen Eigenschaften mit Preisen und Beschreibungen können Sie Bilder hinterlegen und Kategoriezuordnungen festlegen.

Die Buchungen zur jeweiligen Leistung werden in einer speziellen Karteikarte aufgelistet, siehe *Buchungen, Seite 113*.

Leistungen

Seite: Buchungssystem » Leistungen

Leistungen sind die Angebote wie Schulungen, Reservierungen oder Vermietung, die Ihre Kunden buchen können.

In der Tabelle sehen Sie alle Leistungen, welche Sie angelegt haben. Um die Details einer Leistung aufzurufen, klicken Sie auf den Namen. Klicken Sie auf das Symbol links neben dem Namen, öffnet sich ein neues Browserfenster mit den Leistungsdetails. Siehe dazu *Leistungsdetails, unten*.

Um eine Leistung anzulegen, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Durchlaufen des Assistenten zum Anlegen einer Leistung
- Duplizieren einer bestehenden Leistung
- Eintragen der neuen Leistung in der letzten Zeile der Tabelle in der die Leistungen aufgelistet sind
- Aufrufen der Funktion **Neue Leistung anlegen** aus dem Menu **Buchungssystem**

Leistungsdetails

Seite: Buchungssystem » Leistungen » [Leistung] » Allgemein

Die allgemeinen Eigenschaften in **Name/Preis, Beschreibung** und **Benutzerdefinierte Attribute** entsprechen zum großen Teil denen von Produkten. Siehe dazu für die betreffenden Einstellungen *Produktdetails – Allgemein, Seite 73* ff.

In der Sektion **Dauer/Fristen** legen Sie zeitliche Rahmenbedingungen für die Leistung fest. Sie definieren u. a. wie lange die Leistung dauert, ob Kunden die Dauer der Leistung festlegen können, in welchen Abständen die Leistung gebucht werden kann usw.

Das Zuweisen und Verwalten von Bildern, Kategorien und Cross-Selling entspricht dem Vorgehen bei Produkten. Lesen Sie dazu *Produktdetails - Bilder, Seite 74, Produktdetails - Kategorien, Seite 76* und *Produktdetails – Cross-Selling, Seite 80*.

Leistungsdetails – Kundenoptionen

Seite: Buchungssystem » Leistungen » [Leistung] » Kundenoptionen

Für eine Leistung können Sie Optionen anlegen. Mit Hilfe dieser Optionen bieten Sie Ihren Kunden im Zusammenhang mit der Leistung eine Auswahl an. So können Sie z.B. bei einer Tischbestellung die Art der Dekoration zur Auswahl stellen.

Um solche Optionen anzulegen, müssen Sie an dem Produkttyp, dem die Leistung zugewiesen ist, ein entsprechendes Attribut anlegen. Gehen Sie dabei wie folgt vor:

1. Klicken Sie auf **Produkttyp bearbeiten**. Dadurch gelangen Sie auf die Seite mit den Attributen des angezeigten Produkttypen.
2. Geben Sie Bezeichner und Namen des Attributes ein (z. B. *Tischdekoration*) und wählen Sie als Attributtyp *Kundenoptionen*. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
3. Klicken Sie auf den Namen des neuen Attributes, um die Details aufzurufen. Erfassen Sie die allgemeinen Details.
4. Klicken Sie auf die Karteikarte **Werteauswahl**, um die Auswahlwerte zu erfassen (z.B. *Geburtstagsdekoration, Candlelight dinner, ...*). Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
5. Wechseln Sie auf die Seite mit den Optionen für die betreffende Leistung. Hier sehen Sie die Attributwerte mit Kontrollkästchen. Markieren Sie die Optionen, die dem Kunden auf der Webseite zur Auswahl stehen sollen.
6. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
7. Die Optionen werden dem Kunden bei der Buchung der Leistung in Form eines Auswahlfeldes angezeigt.

Um Optionen zu ergänzen oder zu löschen, klicken Sie auf **Werte hinzufügen oder entfernen**. Sie gelangen wieder auf die Seite mit den Attributen und können diese entsprechend bearbeiten.

Zu Produkttyp und Attributen lesen Sie *Produkttypdetails, Seite 83*.

Buchungen

Seite: *Buchungssystem » Leistungen » [Leistung] » Buchungen*

Hier finden Sie alle Buchungen für eine Leistung in einer kalendarischen Übersicht.

Übersicht

Mit Hilfe des Kalenders können Sie auf alle Buchungen dieser Leistung zugreifen. Über die Leiste mit den Zahlen wählen Sie den entsprechenden Tag des angezeigten Monats aus. Den Monat wählen Sie mit Hilfe der Pfeiltasten links und rechts neben der Monatsanzeige aus.

Die einzelnen Markierungen in der Tagesleiste haben folgende Bedeutung:

Tabelle 9: Legende für Kalendersymbole

Symbol	Bedeutung
Tageszahl mit markiertem Hintergrund	Momentan ausgewählter Tag; Für diesen Tag wird die Buchungsliste angezeigt.
Eingerahmte Tageszahl	Aktuelles Datum
Fett gedruckte Tageszahl	Tag mit mindestens einer Buchung
Tageszahl grau	Für diese Tage können keine Buchungen eingestellt werden.

Wenn Sie die Maus über die Tagesleiste bewegen, wird Ihnen zum jeweiligen Tag die Buchungsliste als Überblick in einem kleinen Fenster angezeigt.

Wenn Sie auf ein bestimmtes Datum klicken, wird die Tabelle mit den Buchungen für diesen Tag angezeigt und Sie können die Buchungen bearbeiten. Es werden so viele Spalten angezeigt, wie Sie im Lagerbestand für diese Leistung angegeben haben.

Die einzelnen Symbole der Buchungsliste haben folgende Bedeutung:

Tabelle 10: Legende für Buchungsliste

Symbol	Bedeutung
	Freigegebene Buchungszeit kann für die Buchung gesperrt werden
	Gesperrte Buchungszeit kann für die Buchung freigegeben werden
 Löschen	Ausgewählte Buchung löschen; Die Funktion erscheint, wenn Sie die Maus auf eine Buchung bewegen.

Um eine Buchung neu einzustellen, gibt es folgende Möglichkeiten:

- Klicken Sie in der Tagesliste auf einen Zeitbereich und füllen Sie die Details aus, siehe *Buchungsdetails, Seite 113*.
- Klicken Sie auf den Link **Neue Buchung** und füllen Sie die Details aus, siehe *Buchungsdetails, Seite 113*
- Legen Sie die Buchung über die Webseite an.

Um die Details einer Buchung aufzurufen, klicken Sie in der Buchungsliste auf den entsprechenden Eintrag.

Freigaben/Sperren

Hier tragen Sie die Zeiten ein, zu denen die aktuelle Leistung gebucht werden kann. Als Voreinstellungen sind die übergreifenden Geschäftszeiten eingetragen, siehe dazu *Geschäftszeiten*, Seite 41. Sie können diese Zeiten hier überschreiben. Diese Zeiten gelten dann nur für diese Leistung.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Serienfreigabe

Mit der Serienfreigabe können Freigaben bzw. Sperren für besondere Zeiträume konfiguriert werden. Solche Ausnahmen können Sonderöffnungszeiten, Urlaubsschließungen oder ähnliches sein. In diesen Zeiträumen steht die Leistung nicht wie üblich zur Verfügung. Damit Sie aber nicht für diese begrenzte Zeit die allgemeinen Geschäftszeiten für diese Leistung ändern müssen, tragen Sie diese Ausnahmezeiten hier ein.

Die einzelnen Felder haben folgende Bedeutung:

Tabelle 11: Felder für Serienfreigabe

Feldname	Bedeutung	Feldtyp	Beispiel
Startdatum	Datum des ersten Tages, ab dem die Ausnahmeregelung gelten soll	Datumsfeld	12.02.2010
Enddatum	Datum, bis zum dem die Ausnahmeregelung gelten soll	Optionsfeld + Datumsfeld	12.04.2010
Mehrmaliges Auftreten	Anzahl, wie oft die geänderten Zeiten angewendet werden; Wird im Zusammenhang mit dem Feld <i>Intervall</i> ausgewertet	Optionsfeld + Eingabefeld, numerisch	5
Intervall	Zeitintervall, in dem die Ausnahmezeiten angewendet werden; Wiederholung so oft im angegeben Intervall, wie im Feld <i>Mehrmaliges Auftreten</i> angegeben ist	Optionsfeld	
Vormittags von / bis	Geänderte Geschäftszeiten am Vormittag	Eingabefeld, alphanumerisch	09:00 12:00
Nachmittags von / bis	Geänderte Geschäftszeiten am Nachmittag	Eingabefeld, alphanumerisch	13:00 18:00

Ein Schließen über die Mittagszeit ist nicht unbedingt erforderlich.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Hinweis: Die Ausnahmezeiten für die Leistung werden für die im Intervall vorgegebene Anzahl von Wochen im Kalender vorgetragen. Die maximale Anzahl ist jedoch vom System auf 30 Wiederholungen begrenzt.

Beispiele für Serienfreigabe:

- Zeitweise Schließung wegen Urlaubs:
 - Als Startdatum ersten Urlaubstag eintragen
 - Eingabe des Enddatums des Urlaubs
 - Intervall: täglich

- Felder für Öffnungszeiten bleiben leer (nicht geöffnet)
- Im kommenden Monat freitags nachmittags geschlossen:
 - Als Startdatum das Datum des Freitags angeben, ab dem die Regelung gilt
 - Anzahl: 4
 - Intervall: wöchentlich
 - Vormittagsöffnungszeiten eintragen; Nachmittagszeiten leer lassen

Buchungen

Seite: Buchungssystem » Buchungen

In der Tabelle sehen Sie alle Buchungen, die angelegt wurden. Um die Details einer Buchung aufzurufen, klicken Sie auf den Link in der Spalte *Buchung*.

Mit Hilfe der Stapelverarbeitungsaktionen können Sie mehrere Buchungen auf einmal bestätigen oder absagen. An die jeweiligen Kontaktpersonen wird eine entsprechende E-Mail versendet.

Buchungsdetails

Seite: Buchungssystem » Buchungen » [buchung]

Hier haben Sie alle Daten zur jeweiligen Buchung im Überblick. Hier können Sie bei Bedarf die Daten ändern, die Buchung verschieben oder absagen.

Für eine manuelle Bestätigung der Buchung markieren Sie das Kontrollkästchen *Buchung bestätigt*. Mit dem Speichern wird eine entsprechende E-Mail an den Kunden gesendet.

Um eine Buchung zu stornieren, markieren Sie das Kontrollkästchen *Buchung abgesagt*. Mit dem Speichern wird eine entsprechende E-Mail an den Kunden gesendet.

Voraussetzung für das Versenden der E-Mails ist die Aktivierung der entsprechenden E-Mail-Ereignisse. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen – Ereignisse, Seite 62*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

10. Gestaltung

Im Menü **Gestaltung** finden Sie alle Werkzeuge, um Design und Layout Ihrer Webseite zu bearbeiten. Die Möglichkeiten reichen von der Auswahl ganzer Vorlagen bis hin zur Farbdefinition von Schriften und Hintergründen einzelner Bereiche.

Vorlagen finden Sie unter **Vorlagen** und Sie können mehrere Vorlagen gleichzeitig unter **Eigene Styles** verwalten. Siehe dazu *Vorlagen, Seite 127* und *Eigene Styles, Seite 125*.

In der **Schnellgestaltung** haben Sie einige Funktionen zur Verfügung, mit denen Sie grundlegende Designanpassungen vornehmen können, siehe *Schnellgestaltung, Seite 127*.

In **Erweiterte Gestaltung** stehen Ihnen die Funktionen zur Verfügung, um Layout und Design sowohl der gesamten Webseite als auch einzelner Bereiche im Detail Ihren Bedürfnissen anzupassen.

Bevor Sie beginnen, Ihre Webseite umzugestalten, empfehlen wir Ihnen, sich die Kapitel *Gestaltungsgrundlagen* und *Design bearbeiten* durchzulesen. Siehe dazu *Gestaltungsgrundlagen, unten* und *Design bearbeiten, Seite 118*.

Gestaltungsgrundlagen

Um Ihre Webseite mit allen Möglichkeiten zu gestalten, rufen Sie die **Erweiterte Gestaltung** auf. Sie bearbeiten Design und Layout in einer WYSIWYG-Ansicht, Änderungen werden sofort angezeigt.

Der Arbeitsbereich im Browser ist zweigeteilt. Im oberen Teil sehen Sie die Multifunktionsleiste. Hier werden die verfügbaren Funktionen angezeigt. Siehe dazu auch *Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 119*.

Im unteren Teil sehen Sie die Seitenvorschau. Darin bearbeiten Sie direkt Design und Layout. Die Seitenvorschau zeigt Ihnen die aktuelle Webseite im Design und Layout des ausgewählten Styles, siehe dazu *Eigene Styles, Seite 125*.

Die Webseite ist prinzipiell in folgende funktionelle Bereiche eingeteilt, siehe *Abbildung 8*.

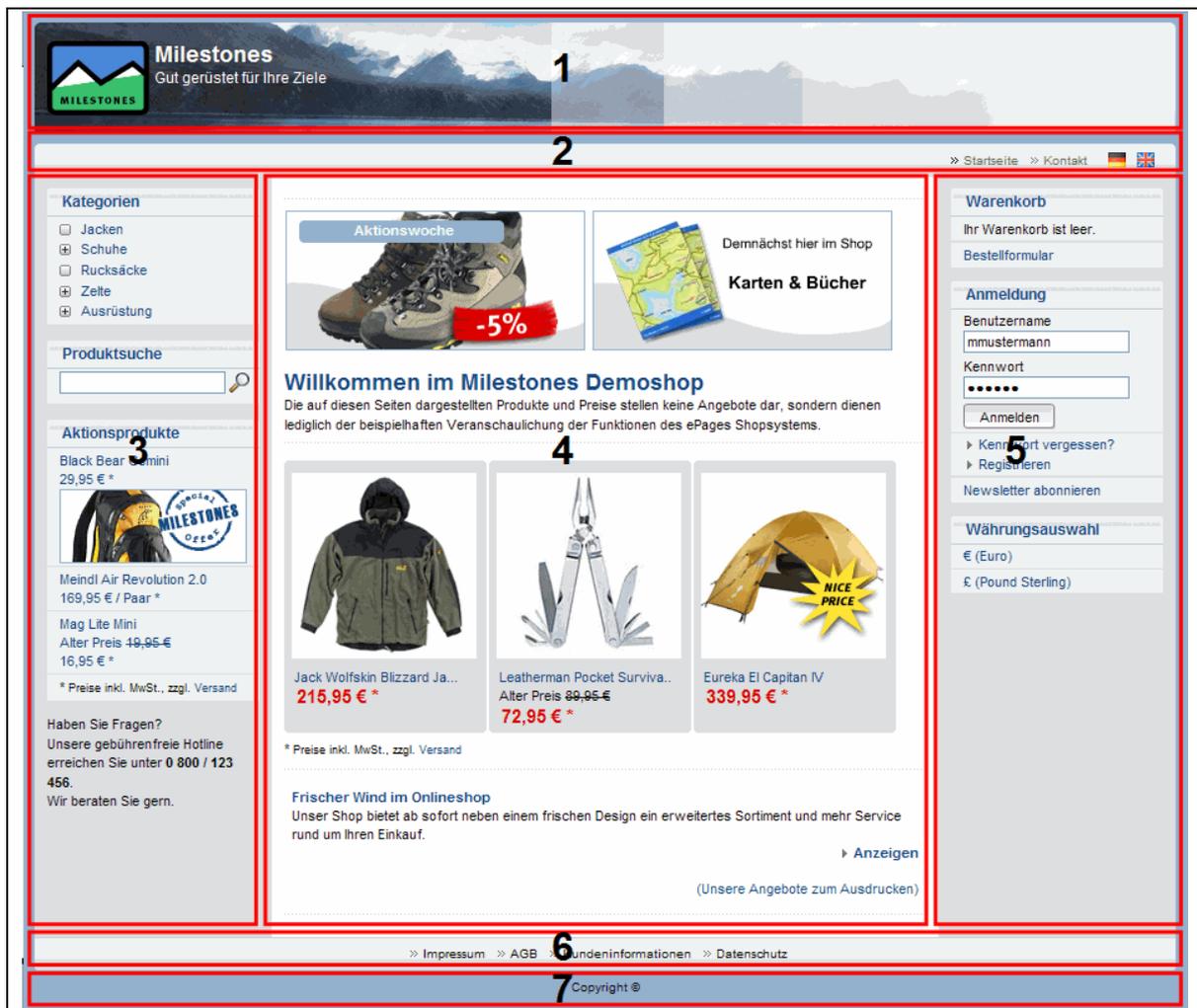


Abbildung 8: Struktur einer Webseite

- Bereich 1: *Kopfzeile*
- Bereich 2: *Oben*
- Bereich 3: *Links*
- Bereich 4: *Inhaltsbereich*
- Bereich 5: *Rechts*
- Bereich 6: *Unten*
- Bereich 7: *Fußzeile*

Dazu kommt noch der umgebende Arbeitsbereich des Browsers, in dem die Webseite angezeigt wird. Siehe dazu *Seitenansicht im Browser, Seite 119*.

Wollen Sie einen Bereich bearbeiten, klicken Sie mit der Maus darauf. Dadurch wird dieser Bereich aktiviert. Er wird durch einen Rahmen markiert und die Multifunktionsleiste zeigt die Funktionen, welche Sie in diesem Bereich ausführen können.

Von der Bearbeitung und den Einstellmöglichkeiten her lassen sich horizontale und vertikale Bereiche sowie der Inhaltsbereich unterscheiden:

- Horizontale Bereiche:** *Kopfzeile, Oben, Unten, Fußzeile*
 Die horizontalen Bereiche erstrecken sich meist über die gesamte Breite der Webseite. Sie sind breiter als hoch. Sie enthalten meistens Links und schmale Anzeigeelemente. Typische Seitenelemente für horizontale Bereiche sind unter anderem:
- Logo
 - Name der Webseite
 - Verknüpfungen zu Startseite, Impressum, AGB, Kundeninformationen, Kategorien, Warenkorb
 - Flaggen zur Länderauswahl
- Vertikale Bereiche:** *Links, Rechts*
 Die vertikalen Bereiche sind meist zwischen den horizontalen Bereichen angeordnet und liegen parallel zum Inhaltsbereich. Sie sind höher als breit. Sie enthalten meistens Boxen mit Texten, Listen, Links oder Eingabefelder. Typische Seitenelemente für vertikale Bereiche sind unter anderem:
- Liste der Hauptkategorien
 - Anmeldung
 - Miniwarenkorb, Warenkorbstatus
 - Produktsuche
 - Aktionsprodukte
- Inhaltsbereich:** Während die anderen Bereiche hauptsächlich Funktionselemente wie Menüs und Links enthalten, werden im Inhaltsbereich die Inhalte der Seiten angezeigt, welche Sie unter **Inhalt / Kategorien** angelegt haben. Die Größe des Inhaltsbereiches wird durch die Höhen- und Breitenangaben der anderen Bereiche sowie den angegebenen Innenabstand festgelegt, für den Inhalt bleibt praktisch der "Rest" des Browser-Fensters.

Die Parameter der einzelnen Bereiche ergeben erst in Kombination das fertige Design. Dabei gibt es Parameter, die sich gegenseitig beeinflussen beziehungsweise einander bedingen. Diese Wechselwirkungen müssen beachtet werden. Folgende Hinweise sollen Ihnen helfen:

- In Bereichen haben Hintergrundbilder immer Vorrang vor Hintergrundfarben. Das heißt, wenn Sie ein Hintergrundbild laden und eine Hintergrundfarbe festlegen, überdeckt das Hintergrundbild die Farbe.
- Alle Größen und Abmessungen für die Beispiele sind in Pixel (px) angegeben. Sie können auch andere, für Stylesheets verwendbare Größenangaben wie zum Beispiel Prozent (%) benutzen. Welche Angaben möglich sind und wie sie verwendet werden, dazu informieren Sie sich über entsprechende Fachliteratur oder Webseiten, wie zum Beispiel <http://selfhtml.org>.
- Probieren Sie die verschiedenen Einstellungen aus. Denken Sie daran, dass Sie mit der Rückgängig-Funktion jederzeit wieder den Ausgangszustand wiederherstellen können. Oder duplizieren Sie Ihren aktuellen Style und testen Sie die verschiedenen Möglichkeiten an der Kopie. Dafür gibt es in der Tabelle Ihrer eigenen Styles die Funktion **Sicherheitskopie anlegen**. Siehe dazu *Eigene Styles, Seite 125*. Wenn Sie dort das gewünschte Design erstellt haben, schalten Sie diesen Style für Ihre Kunden sichtbar.

Besonderheiten für Hintergrundbilder

In jeder Designvorlage sind für die Hintergrundbilder jeweils passende Vorlagen geladen. Diese können Sie durch Ihre eigenen Bilder ersetzen. Löschen Sie Ihre Bilder, wird automatisch die Vorlage wieder geladen. Wollen Sie kein Hintergrundbild, müssen Sie auch diese Vorlage löschen. Klicken Sie dazu auf den Link **Vorlage löschen**. Nach dem Löschen der Vorlage ändert sich die Bezeichnung des Links in **Vorlage wiederherstellen**. Durch Klicken auf diesen Link können Sie die Standardvorlage für das Hintergrundbild wiederherstellen, ohne nach Dateinamen suchen zu müssen.

Hinweis: Wenn Sie Hintergrundbild und Hintergrundfarbe gleichzeitig eingestellt haben, überlagert das Hintergrundbild immer die Hintergrundfarbe. Wenn Sie also die Farbe anzeigen wollen, löschen Sie das Hintergrundbild. Wenn das Hintergrundbild den Bereich komplett ausfüllen soll, muss es in seiner Größe zum Bereich passen oder Sie müssen *Bild kacheln* aktivieren.

Bild kacheln

Hintergrundbilder können entweder einfach angezeigt oder so oft dargestellt werden, dass sie den Hintergrund der gesamten Seite ausfüllen. Dabei wird das Bild so oft neben- und untereinander angeordnet, wie es auf die Seite passt.

Design bearbeiten

In diesem Kapitel lesen Sie das prinzipielle Vorgehen zum Bearbeiten des Designs Ihrer Webseite. Dabei kann es sich nur um eine Empfehlung handeln, da gerade die Herangehensweisen beim Design von Webseiten doch sehr unterschiedlich sind.

Lesen Sie zuerst das Kapitel *Gestaltungsgrundlagen, Seite 115*. Dadurch erhalten Sie das notwendige Basiswissen.

Um das Design Ihrer Webseite zu bearbeiten, rufen Sie den Menüpunkt **Gestaltung** auf. Je nach Art und Umfang der Design-Änderung starten Sie die **Schnellgestaltung** oder die **Erweiterte Gestaltung**. Zur Arbeit mit der Schnellgestaltung lesen Sie *Schnellgestaltung, Seite 127*.

Hinweis: Bevor Sie Änderungen am aktuellen Design vornehmen, empfehlen wir Ihnen, eine Kopie des Styles anzulegen. Dafür gibt es in der Tabelle Ihrer eigenen Styles die Funktion **Sicherheitskopie anlegen**. Damit können Sie immer wieder den Ausgangszustand herstellen. Siehe dazu *Eigene Styles, Seite 125*.

Nach Auswahl der erweiterten Gestaltung sehen Sie Ihre Webseite im Browser in dem Design, welches durch die aktuelle Vorlage vorgegeben wird.

Es ist zuerst der Hintergrundbereich des Browsers aktiv. Das erkennen Sie am roten Rahmen um den gesamten Anzeigebereich der Browserfensters. Hier stellen Sie die generelle Anzeige Ihrer Webseite im Browser ein. Siehe dazu *Seitenansicht im Browser, Seite 119*.

In der Multifunktionsleiste im oberen Teil des Browsers werden die entsprechend verfügbaren Funktionen angezeigt. Siehe dazu *Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 119*.

Richten Sie also zuerst die allgemeine Anzeige Ihrer Webseite im Browser ein. Nehmen Sie bei Bedarf Änderungen am Seitenlayout vor, indem Sie Seitenbereiche ein- und ausblenden.

Um einzelne Webseitenbereiche auszuwählen, bewegen Sie die Maus über die Webseite. Auswählbare Bereiche werden dabei hervorgehoben. Um einen Bereich zur Bearbeitung auszuwählen, klicken Sie darauf. Um den Bereich wird wieder ein roter Rahmen angezeigt.

Überprüfen Sie nun, ob alle notwendigen Funktionen auf der Webseite angezeigt werden. Das sind Funktionen wie Warenkorb, Anmeldebox, Katalogbaum oder Links zu bestimmten Seiten. Diese Funktionen werden über Seitenelemente bereitgestellt. Optimieren Sie die Anordnung der Seitenelemente in den einzelnen Bereichen und legen bei Bedarf neue Elemente an. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Beginnen Sie nun, das Design zu bearbeiten. Gehen Sie dabei Bereich für Bereich vor und nutzen Sie die Funktionen, welche die Multifunktionsleiste für den jeweils aktuellen Bereich anbietet.

Laden Sie verschiedene Bilder, spielen Sie mit Farben und Schriften, probieren Sie viel aus. Über die Funktion *Rückgängig* können Sie den Zustand vor der jeweiligen Aktion wieder herstellen.

Sind Sie mit dem Design zufrieden, speichern Sie die Änderungen.

Multifunktionsleiste und Gestaltung

In **Gestaltung** bzw. **Schnellgestaltung** sehen Sie im oberen Teil des Browserfensters die Multifunktionsleiste. Diese stellt alle Funktionen bereit, welche für die Gestaltung der Webseite zur Verfügung stehen. Dabei werden immer nur die Funktionen angezeigt, die im momentan ausgewählten Bereich (aktiver Bereich) verwendet werden können.

Zusammenhängende Funktionen sind in Funktionsgruppen zusammengefasst. Für manche Funktionsgruppen können verschiedene Unterfunktionen ausgewählt werden. In diesem Fall wird in der Zeile mit dem Gruppennamen ein Pfeil angezeigt. Klicken Sie auf den Pfeil, um die Auswahlmöglichkeiten anzuzeigen. Wählen Sie die gewünschte Unterfunktion zur Bearbeitung aus. Die dazugehörigen Einstellmöglichkeiten werden im Gruppenbereich angezeigt.

Je nach ausgewähltem Bereich stehen unterschiedliche Funktionen zur Verfügung, siehe

- *Seitenansicht im Browser*, unten
- *Horizontale Bereiche*, Seite 120,
- *Vertikale Bereiche*, Seite 122,
- *Inhaltsbereich*, Seite 123,

Die Funktionsgruppe *Datei* steht immer zur Verfügung.

Funktionsgruppe *Datei*

In dieser Gruppe finden Sie Funktionen zur Speichern, Rückgängig machen und Wiederholen von Änderungen.

Außerdem können Sie hier die Bearbeitungshilfen ein- oder ausschalten. Die Bearbeitungshilfen sind Rahmen um die Bereiche, welche Sie aktuell ausgewählt haben. Das erleichtert Ihnen, diese Bereiche auf der Seite zu lokalisieren.

Seitenansicht im Browser

Neben dem Design und Layout der eigentlichen Webseite können Sie festlegen, wie diese Webseite im Anzeigebereich des Browsers dargestellt wird.

Die entsprechenden Funktionsgruppen werden angezeigt, wenn der Browserhintergrund als aktiver Bereich ausgewählt ist. In dem Fall ist das gesamte Browserfenster unterhalb der Multifunktionsleiste rot eingeraht.

Funktionsgruppe *Bereich*

Hier legen Sie die Hintergrundfarbe fest und können ein Hintergrundbild laden. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Hochladen von Bildern*, Seite 29 und *Farbwähler*, Seite 30.

Das Bild bzw. Farbe werden unter die Webseite gelegt. Wenn die Webseite kleiner als das Browserfenster eingestellt ist, bildet die Farbe bzw. das Hintergrundbild einen Rahmen um die Webseite. Beachten Sie, dass Hintergrundbilder immer Vorrang vor Hintergrundfarben haben. Falls eine eingestellte Hintergrundfarbe nicht sichtbar wird, prüfen Sie, ob Sie ein Hintergrundbild geladen haben.

Funktionsgruppe *Breite und Abstände*

Hier definieren Sie die Breite der Webseite im Browser. Sie können Werte absolut in Pixeln (px) oder relativ in Prozent (%) eingeben. Relative Werte beziehen sich auf die aktuelle Breite des Browserfensters. Ändert der Benutzer die Breite des Browsers, ändert sich die Breite der Webseite im Browser entsprechend.

Mit *Abstand oben* definieren Sie den Abstand der Webseite vom oberen Rand des Browserfensters.

Funktionsgruppe *Seitenbereiche*

Hier definieren Sie, welche einzelnen Teilbereiche Ihrer Webseite angezeigt werden. Siehe dazu *Struktur einer Webseite, Seite 116*.

Hinweis: Bedenken Sie, dass Seitenelemente, die in den Bereichen angeordnet sind, welche Sie ausblenden, ebenfalls ausgeblendet sind. Die Seitenelemente müssen dann bei Bedarf vor dem Ausblenden in anderen Bereichen angeordnet werden, siehe *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Funktionsgruppe *Symbolset*

Manche Funktionen und Zustände werden mit Hilfe von Symbolen ausgelöst beziehungsweise angezeigt. Für diese Symbole gibt es vorgefertigte Sets zur Auswahl. Klicken Sie auf das Symbol, um die Liste mit den verschiedenen Symbolsets anzuzeigen. Klicken Sie auf das Set, welches am besten zu Ihrem Design passt und sichern Sie die Auswahl mit **Übernehmen**.

Horizontale Bereiche

Horizontale Bereiche sind *Kopfzeile, Fußzeile, Oben* und *Unten*, siehe *Struktur einer Webseite, Seite 116*. Neben der Funktionsgruppe *Datei* stehen zusätzlich folgende Funktionsgruppen zur Verfügung:

Funktionsgruppe *Bereich*

In dieser Gruppe finden Sie alle Funktionen, mit denen Sie Hintergrund und Dimensionierung des aktuellen Bereiches einstellen.

Hier legen Sie die Hintergrundfarbe fest und können ein Hintergrundbild laden. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Hochladen von Bildern, Seite 29* und *Farbwähler, Seite 30*. Beachten Sie, dass für gesamte Bereiche Hintergrundbilder immer Vorrang vor Hintergrundfarben haben.

Über *Außenabstand* bestimmen Sie den Abstand des aktiven Bereiches zu den anderen Bereichen.

Über *Innenabstand* bestimmen Sie den Abstand der Seitenelemente im Bereich zum Rand des Bereiches.

Ausrichtung bestimmt die Platzierung der Seitenelemente im Bereich.

Funktionsgruppe *Schrift*

Die einzelnen Textelemente des aktuellen Bereiches wie z.B. Überschriften und Verknüpfungen können Sie hier separat formatieren sowie verschiedene Schriftarten dafür einstellen.

Funktionsgruppe *Seitenelemente*

Seitenelemente sind Funktionselemente, welche Sie in allen Bereichen außer dem Inhaltsbereich platzieren können. Der Besucher navigiert damit durch die Webseite und ruft darüber die Funktionen auf. Siehe dazu auch *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Neben der Bereitstellung der Seitenelemente auf der Webseite können Sie diese durch Laden von Bildern und Farben zum Teil im Design verändern.

(Aktive) Schaltfläche / (Aktive) Schaltfläche - Rechte Abbildung

Schaltflächen sind Flächen, auf denen Links liegen. Je nach Vorlage sind diese Schaltflächen unterschiedlich gestaltet, siehe *Abbildung 9* und *Abbildung 10*.

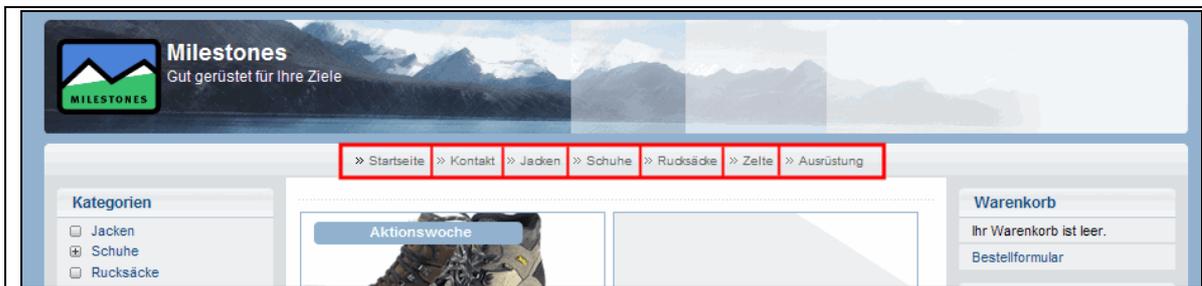


Abbildung 9: Rechteckige Schaltflächen



Abbildung 10: Schaltflächen als Karteikartenreiter

Diesen Schaltflächen können Sie ein Hintergrundbild zuordnen. Für einfache rechteckige Schaltflächen wie in *Abbildung 9* genügt das Hochladen eines Bildes für *Schaltfläche*. Das Bild muss mindestens so lang wie die längste Schaltfläche sein.

Sind die Schaltflächen Karteikartenreiter mit abgerundeten Ecken wie in *Abbildung 10*, müssen Sie einen linken und einen rechten Bildteil laden, jeweils mit der linken oder rechten Seite des Reiters. Gehen Sie wie folgt vor:

1. Aktivieren Sie **Schaltfläche** in **Seitenelemente**.
2. Laden Sie eine Hintergrundbild für den linken Teil des Karteikartenreiters.
3. Aktivieren Sie **Schaltfläche- rechte Abbildung** in **Seitenelemente**.
4. Laden Sie eine Hintergrundbild für den rechten Teil des Karteikartenreiters.

Das Bild für den rechten Teil muss mindestens so lang wie die längste Schaltfläche sein, weil es den Karteikartenreiter von rechts nach links ausfüllt.

In so einer Karteikartenstruktur wird die aktive Karteikarte oft hervorgehoben. Dafür können Sie entsprechende Bilder laden. Nutzen Sie dafür **Aktive Schaltfläche** und **Aktive Schaltfläche - Rechte Abbildung**.

Box

Eine Box besteht aus einer Kopfzeile und einer Liste mit Einträgen oder Eingabefeldern. Beispiele dafür in horizontalen Bereichen:

- *Anmeldung*
- *Produktsuche mit Verknüpfung "Erweiterte Suche"*
- *Warenkorbzusammenfassung als Box*

Sie können für Box und Kopfzeile jeweils ein Hintergrundbild laden und eine Hintergrundfarbe setzen. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 29* und *Farbwähler, Seite 30*. Dabei ist Folgendes zu beachten:

- Das Hintergrundbild für die Box bedeckt den Hintergrund der gesamten Box einschließlich der Kopfzeile.

- Das Hintergrundbild der Kopfzeile ist auf die Kopfzeile begrenzt und überdeckt darin das Hintergrundbild der Box.
- Die Hintergrundfarbe für die Box bedeckt den Boxbereich ohne die Kopfzeile und überlagert das Hintergrundbild.
- Die Hintergrundfarbe der Kopfzeile bedeckt die Kopfzeile, überdeckt das Hintergrundbild der Box und wird vom Hintergrundbild der Titelzeile überlagert.

Zusätzlich können Sie die Breite der Box innerhalb der Navigationsleiste definieren. Erfassen Sie die Werte in Pixeln (px).

Vertikale Bereiche

Vertikale Bereiche sind *Links* und *Rechts*, siehe *Struktur einer Webseite, Seite 116*. Neben der Funktionsgruppe *Datei* stehen zusätzlich folgende Funktionsgruppen zur Verfügung:

Funktionsgruppe *Bereich*

In dieser Gruppe finden Sie alle Funktionen, mit denen Sie Hintergrund und Dimensionierung des aktuellen Bereiches einstellen.

Hier legen Sie die Hintergrundfarbe fest und können ein Hintergrundbild laden. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Hochladen von Bildern, Seite 29* und *Farbwähler, Seite 30*. Beachten Sie, dass für gesamte Bereiche Hintergrundbilder immer Vorrang vor Hintergrundfarben haben.

Über *Innenabstand* bestimmen Sie den Abstand der Seitenelemente im Bereich zum Rand des Bereiches. Durch große Werte in den Abständen *Links* und *Rechts* werden die Seitenelemente eventuell verkleinert.

Funktionsgruppe *Schrift*

Die einzelnen Textelemente des aktuellen Bereiches wie z.B. Überschriften und Verknüpfungen können Sie hier separat formatieren sowie verschiedene Schriftarten dafür einstellen.

Funktionsgruppe *Seitenelemente*

Seitenelemente sind Funktionselemente, welche Sie in allen Bereichen außer dem Inhaltsbereich platzieren können. Der Besucher navigiert damit durch die Webseite und ruft darüber die Funktionen auf. Siehe dazu auch *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*. In den vertikalen Bereichen werden hauptsächlich Seitenelemente in Boxen platziert, wie:

- *Währungsauswahl über Liste,*
- *Warenkorbübersicht mit allen Positionen als Box.*
- *Geschäftszeiten als Box*

Eine Box besteht aus einer Kopfzeile und einer Liste mit Einträgen oder Eingabefeldern.

Sie könne jeweils für Box und die Kopfzeile je ein Hintergrundbild laden und eine Hintergrundfarbe setzen. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 29* und *Farbwähler, Seite 30*. Dabei ist Folgendes zu beachten:

- Das Hintergrundbild für die Box bedeckt den Hintergrund der gesamten Box einschließlich der Kopfzeile.
- Das Hintergrundbild der Kopfzeile ist auf die Kopfzeile begrenzt und überdeckt in dem Bereich das Hintergrundbild der Box.
- Die Hintergrundfarbe für die Box bedeckt den Boxbereich ohne die Kopfzeile und überlagert das Hintergrundbild.
- Die Hintergrundfarbe der Kopfzeile bedeckt die Kopfzeile, überdeckt das Hintergrundbild der Box und wird vom Hintergrundbild der Kopfzeile überlagert.

Inhaltsbereich

Funktionsgruppe *Bereich*

In dieser Gruppe finden Sie alle Funktionen, mit denen Sie Hintergrund und Dimensionierung des aktuellen Bereiches einstellen.

Hier legen Sie die Hintergrundfarbe fest und können ein Hintergrundbild laden. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Hochladen von Bildern, Seite 29* und *Farbwähler, Seite 30*. Beachten Sie, dass für gesamte Bereiche Hintergrundbilder immer Vorrang vor Hintergrundfarben haben.

Über *Innenabstand* bestimmen Sie den Abstand des Inhaltes (Text und Bilder) zum Rand des Bereiches.

Funktionsgruppe *Schrift*

Die einzelnen Textelemente des aktuellen Bereiches wie z.B. Überschriften und Verknüpfungen können Sie hier separat formatieren sowie verschiedene Schriftarten dafür einstellen.

Funktionsgruppe *Ansicht*

Hier sehen Sie in einer Vorschau die Inhalte verschiedener Seiten der Webseite (z. B. Startseite, Warenkorb), wie diese mit den aktuellen Gestaltungseinstellungen aussehen. Im Auswahlfeld sind die verschiedenen Inhaltstypen aufgelistet, die im Inhaltsbereich angezeigt werden. So können Sie für jeden Inhaltstyp einfach überprüfen, ob alle Inhalte mit dem aktuellen Design gut lesbar angezeigt werden. Für jeden Typ, den Sie auswählen, werden Beispiele im Inhaltsbereich angezeigt.

In Abhängig von der Auswahl wird noch eine zusätzliche Funktionsgruppe angezeigt. In dieser können Sie für die entsprechenden Inhalte Hintergrundbilder laden und Farben einstellen.

Probieren Sie viel mit den verschiedenen Einstellungen, um die optimale Ansicht zu finden. Über die Funktion *Rückgängig machen* können Sie den Zustand vor der jeweiligen Aktion jederzeit wieder herstellen.

Seitenelemente und Navigation

Navigation bedeutet die Steuerung der Webseite durch den Kunden, wie er die einzelnen Seiten und Funktionen aufrufen kann. Diese Navigation können Sie für Ihre Webseite individuell gestalten. Dazu definieren Sie die Verteilung und Anordnung der einzelnen Funktionen auf den Seiten Ihrer Webseite. Das sind Funktionen wie

- Link zur Startseite
- Links zu den Kategorien
- Anzeige eines Logos
- Anzeige eines Mini-Warenkorbes
- Anzeige der Anmeldungsbox
- Anzeige der Produktsuche
- Anzeige von Aktionsprodukten

Für jede verfügbare Funktion gibt es ein entsprechendes Seitenelement. Über dieses wird die zugehörige Funktion auf der Seite angezeigt und aufgerufen. Platzieren Sie also die Seitenelemente entsprechend auf der Seite.

Zusätzlich können Sie noch benutzerdefinierte Seitenelemente erstellen, siehe dazu *Benutzerdefinierte Seitenelemente, Seite 125*.

Für alle Bereiche in *Abbildung 8, Seite 116* außer dem Inhaltsbereich stehen alle Seitenelemente zur Verfügung. Aufgrund ihrer Funktion und Darstellung sind sie aber für bestimmte Bereiche bevorzugt einzusetzen. In den anderen Bereichen funktionieren sie zwar, sind aber eher unüblich, stören das Design oder

passen nicht in den definierten Bereich. Letztendlich entscheiden Sie mit Ihrem Design und Ihrem Layout, welche Seitenelemente in welchen Bereichen angeordnet werden können, so dass sie vollständig sichtbar sind und bedient werden können.

Wenn Sie in der Schnellgestaltung oder in der erweiterten Gestaltung die Maus auf ein Seitenelement bewegen, werden Ihnen die Funktionen angezeigt, mit denen Sie das Seitenelement bearbeiten können. Folgende Funktionen stehen zur Verfügung:

Tabelle 12: Funktionen für Seitenelemente

Funktion	Bemerkung
	Sie können die Seitenelemente per Drag & Drop innerhalb eines Bereiches und in andere Bereiche verschieben. Klicken Sie im betreffenden Seitenelement auf das Symbol. Halten Sie die linke Maustaste gedrückt und ziehen den Mauszeiger auf den Zielbereich. Hier zeigt ein rot gestrichelter Rahmen die Stelle an, wo Sie das Seitenelement ablegen können. Lassen Sie die linke Maustaste los. Das Seitenelement wird an der entsprechenden Stelle angezeigt.
	Damit löschen Sie ein Seitenelement aus dem Bereich.
	Für manche Seitenelemente können Details bearbeitet werden. Dazu gehören auch alle benutzerdefinierten Seitenelemente. Klicken Sie auf das Symbol, um die Details aufzurufen und zu bearbeiten.

Ein Seitenelement fügen Sie wie folgt ein:

1. Klicken Sie in dem Bereich, in dem Sie das Seitenelement platzieren wollen, auf **Seitenelement einfügen**.
2. Wählen Sie das gewünschte Seitenelement aus der Liste.
3. Klicken Sie **Einfügen**, um das Seitenelement in den Bereich zu übernehmen.

Seitenelemente, welche in der Liste mit einem Sternchen (*) gekennzeichnet sind, sind bereits auf der Webseite vorhanden.

Seitenelemente, die grau angezeigt werden, stehen momentan nicht zur Verfügung. Entweder ist das entsprechende Feature nicht freigeschaltet oder die zulässige Anzahl ist bereits erreicht.

Seitenelement *Browser-Titelzeile der Seite*

Dieses Seitenelement zeigt den Titel der aktuellen Webseite, wie er in der Titelzeile des Browser angezeigt wird. Wenn Sie dieses Seitenelement als letztes auf Ihrer Webseite anordnen, z.B. in der Fußzeile, erhöhen Sie Wertigkeit der Seite in Bezug auf Suchmaschinen.

Seitenelemente für die Suche auf der Webseite

Eine Suchfunktion auf der Webseite soll Besuchern helfen, gezielt auf Informationen zuzugreifen. Dafür können Sie Ihren Kunden eine Produktsuche oder eine allgemeine Suche anbieten.

Für jede dieser Suchen gibt es ein eigenes Seitenelement, welches Sie auf der Webseite platzieren müssen, damit die Funktion Ihren Besuchern zur Verfügung steht.

Bei der Produktsuche werden alle Produktdaten nach dem jeweiligen Suchbegriff durchsucht. Sie können eine einfache oder eine erweiterte Suche anbieten. Grundsätzlich gilt, dass nur über sichtbare Produkte gesucht wird. Zu Sichtbarkeit lesen Sie *Sichtbarkeit, Seite 23*. Diese Suche ist schneller als die allgemeine Suche. Für die Produktsuche verwenden Sie die Seitenelemente *Produktsuche mit Verknüpfung "Erweiterte Suche"* oder *Produktsuche mit Eingabefeld*.

Die allgemeine Suche bezieht alle Seitentypen sowie Produkte mit ein. Wenn also der Suchbegriff sowohl in Produktbeschreibungen als auch in Seiten wie Kategorien, Blogs oder Foren vorkommt, werden alle die-

se Objekte in einer Ergebnisliste aufgeführt. Für die allgemeine Suche verwenden Sie das Seitenelement *Allgemeine Suche als Eingabefeld*.

In das Suchfeld können mehrere Begriffe eingetragen werden. Diese Begriffe werden für die Suche UND-verknüpft, d. h. es werden die Objekte aufgelistet, die alle Begriffe enthalten.

Benutzerdefinierte Seitenelemente

Neben den vorgegebenen Seitenelementen können Sie auch eigene definieren. Um ein solches Element einzufügen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Aktivieren Sie den Bereich, in dem Sie das Seitenelement platzieren wollen.
2. Klicken Sie auf **Seitenelement einfügen**.
3. Klicken Sie auf **Benutzerdefinierte Seitenelemente**.
4. Wählen Sie einen Elementtyp und klicken Sie **Einfügen**.
5. Bearbeiten Sie die entsprechenden Details und klicken Sie zum Abschluss auf **Übernehmen**.

Für benutzerdefinierte Seitenelemente können Sie folgende Typen verwenden:

- Text (HTML)

Mit diesem Element zeigen Sie kleinere, HTML-formatierte Texte im jeweiligen Bereich an. Nutzen Sie dies, um Hinweise oder Informationen für Ihre Kunden anzuzeigen. Ein Beispiel dafür ist ein Informationstext zu Versand und Zahlung. Zur Formatierung des zugehörigen Textfeldes lesen Sie *Bearbeitung von Textfeldern, Seite 27*.

- Text mit Überschrift (Box mit HTML)

Mit diesem Element zeigen Sie kleinere, HTML-formatierte Texte in einer Box mit einem Titel im jeweiligen Bereich an. Nutzen Sie dies, um Informationen oder eine Gruppe von Funktionen für Ihre Kunden bereitzustellen. Zur Formatierung des zugehörigen Textfeldes lesen Sie *Bearbeitung von Textfeldern, Seite 27*.

- Verknüpfung

Mit diesem Element zeigen Sie Links im jeweiligen Bereich an. Nutzen Sie dies, Links zu anderen internen oder externen Seiten für Ihre Kunden bereitzustellen. Beispiele dafür sind die *Verknüpfung zum Impressum* oder die *Verknüpfung zu den Geschäftszeiten*. Geben Sie externe Seiten immer in der Form *http://www...* ein.

Die benutzerdefinierten Seitenelemente passen sich in Größe und Design dem jeweiligen Bereich an. Sind keine benutzerdefinierten Seitenelemente zulässig oder ist die zulässige Maximalzahl erreicht, erscheint die Auswahl deaktiviert.

Achtung: Falls Sie ein benutzerdefiniertes Seitenelement aus dem Seitenbereich entfernen, löschen Sie das gesamte Element inklusive Inhalt. Wenn Sie es wieder verwenden wollen, müssen Sie es neu erstellen.

Auf die benutzerdefinierten Seitenelemente können Sie auch über die Liste der eigenen Styles zugreifen, siehe *Seitenelemente bearbeiten, Seite 127*. Das kann dann notwendig werden, wenn die Elemente aufgrund fehlerhaften Codes im Textfeld (z.B. JavaScript) nicht mehr über die Seitenvorschau zugänglich sind.

Eigene Styles

Seite: Gestaltung » Eigene Styles

In einem Style sind alle Informationen zur Darstellung Ihrer Webseite gespeichert. Dazu gehören die Definition von Farben, Bildern und Schriften ebenso wie die Festlegung des Layouts und die Verteilung von Funktionselementen auf der Seite. Sie können mehrere Styles für Ihre Webseite verwalten. Die Basis für einen Style ist ein Vorlage, welche Sie aus der Vorlagenauswahl übernommen haben, siehe *Vorlagen, Seite 127*.

In der Tabelle sehen Sie alle Styles, die Sie für Ihre Webseite angelegt haben. Für jeden Style gibt es ein Vorschaubild. Das Bild zeigt die originale Darstellung der Vorlage für diesen Style. Nehmen Sie Änderungen am Style vor, werden diese in dem Originalbild in der Tabelle nicht sichtbar. Sobald ein Style bearbeitet und die Änderung abgespeichert wurde, wird dies durch ein Symbol (Pinself) auf dem Originalbild angezeigt. Zusätzlich wird das Datum der letzten Änderung zum jeweiligen Style in die Tabelle eingetragen.

Über das Fotosymbol können Sie ein eigenes Bild für den Style laden. Dies ist dann relevant, wenn Sie einen eigenen Style exportieren, siehe *Export und Import von Styles, unten*.

Der Style, der momentan das Aussehen der Webseite bestimmt, ist der verwendete Style. Er wird abgesetzt an erster Position der Tabelle angezeigt.

Alle anderen Styles können Sie bearbeiten, ohne dass es Einfluss auf die Kundensicht Ihrer Webseite hat. Damit haben Sie die Möglichkeit, weitere Styles vorzubereiten und zu testen. Sie können jederzeit einen der anderen Styles aktivieren. Klicken Sie dazu **Jetzt verwenden**.

Um einen Style zu bearbeiten, haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Klicken Sie auf **Schnellgestaltung starten**. Dadurch gelangen Sie in die Seitenvorschau und können grundlegende Einstellungen für den Style bearbeiten. Siehe dazu *Schnellgestaltung, Seite 127*.
- Klicken Sie auf **Erweiterte Gestaltung starten**. Dadurch gelangen Sie in die Seitenvorschau und können den Style direkt bearbeiten. Ihnen stehen alle Möglichkeiten zur Style-Bearbeitung zur Verfügung. Siehe dazu *Gestaltungsgrundlagen, Seite 115*.

Über den Link **Ansicht der Webseite** können Sie sich Ihre Webseite unter Verwendung dieses Styles ansehen.

Bevor Sie umfassende Änderungen am Style vornehmen, sollten Sie eine Sicherheitskopie anlegen. Klicken Sie **Sicherheitskopie anlegen**.

Neue Styles erzeugen Sie durch Übernahme aus den Vorlagen oder durch Kopieren vorhandener Styles.

Export und Import von Styles

Sie können einen Style komplett exportieren und z.B. das Design in einen anderen Shop importieren.

Beim Export werden die Daten komprimiert in eine Datei vom Typ *.style* gespeichert. Es wird ein Protokoll angezeigt. Darin wird aufgelistet, welche Seitenelemente, Seiten und Funktionen auf einem Zielsystem vorhanden sein müssen, um den Style erfolgreich zu importieren. Drucken Sie das Protokoll aus. So können Sie vor dem Import jederzeit prüfen, ob alle Voraussetzungen für einen erfolgreichen Import erfüllt sind.

Sie können für den zu exportierenden Style ein eigenes Vorschaubild laden. Klicken Sie dazu auf das Fotosymbol des Export-Styles. Laden Sie im folgenden Dialog eine Bilddatei mit einem Screenshot des Styles. Dieses wird mit exportiert. Nach dem Import wird für den Style dann das eigene Vorschaubild angezeigt.

Auch nach dem Import wird Ihnen ein Protokoll angezeigt. Hier werden Hinweise zu Problemen gegeben, welche beim Import aufgetreten sind. Sind solche Hinweise vorhanden, prüfen Sie das Design und korrigieren Sie Unstimmigkeiten manuell.

Der importierte Style wird als neuer Eintrag in der Tabelle angezeigt.

Seitenelemente bearbeiten

Benutzerdefinierte Seitenelemente enthalten Textfelder, in die Sie auch HTML-Code eingeben können. Ist der Code nicht korrekt, kann es dazu führen, dass die Seite im Gestaltungsmodus nicht mehr angezeigt wird. Somit hätten Sie auch keinen Zugang mehr zu dem betreffenden Seitenelement.

Über den abgesicherten Modus in der Style-Tabelle haben Sie immer Zugang zu Ihren benutzerdefinierten Seitenelementen. Hier können Sie die Seitenelemente jederzeit bearbeiten oder löschen.

Zu benutzerdefinierten Seitenelementen lesen Sie *Benutzerdefinierte Seitenelemente, Seite 125*.

Vorlagen

Seite: Gestaltung » Vorlagen

Alle verfügbaren Vorlagen für Styles finden Sie unter **Vorlagen**. Jede Vorlage gibt ein bestimmtes Layout und Design vor. Diese Vorlage können Sie entweder unverändert als Webseitendesign verwenden oder Sie benutzen diese als Grundlage für individuelle Anpassungen.

Die Vorlagen sind in die Hauptgruppen *Private Webseiten* und *Geschäftliche Webseiten* eingeteilt. Darin sind verschiedene Branchen und Stilrichtungen vorgeschlagen. Pro Richtung gibt es verschiedene Basisvorlagen, von denen Farbvarianten existieren können.

Um ein Vorlage auszuwählen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie ein Thema. Klicken Sie sich dazu durch die angezeigte Struktur der aufgelisteten Themen. Zu jedem Thema werden die verfügbaren Designs angezeigt.
2. Wählen Sie aus der Liste der angezeigten Vorlagen Ihre bevorzugte aus. Diese wird in der rechten Spalte in einer vergrößerten Ansicht angezeigt. Gibt es Varianten, werden diese als Farbkästchen unterhalb des Vorschaubildes angezeigt.
3. Wählen Sie Ihre Farbvariante aus. Ebenfalls unterhalb des Vorschaubildes der gewählten Vorlage wird über Pinselsymbole die Anpassbarkeit der Vorlage angezeigt. Je mehr Pinsel angezeigt werden, umso mehr Freiheiten haben Sie, die Vorlagen anzupassen. Wenn Sie auf das Vorschaubild klicken, sehen Sie eine vergrößerte Darstellung in einem neuen Fenster.
4. Klicken Sie auf **Übernehmen**, um die ausgewählte Vorlage in die Tabelle auf der Karteikarte **Eigene Styles** zu übernehmen.

Für den Fall, dass Sie kein vorgefertigtes Design verwenden und Ihr eigenes Design von Grund auf selbst entwickeln möchten, gibt es am Ende jeder Hauptgruppe *Freie Vorlagen*. Diese beinhalten verschiedene Layoutvarianten ohne Design. Damit haben erfahrene Designer maximale Gestaltungsmöglichkeiten.

Alternativ steht die Funktion **Alle Vorlagen anzeigen** zur Verfügung. Hier wird eine Übersicht mit allen Vorlagen angezeigt, unabhängig von Branchen und Stilrichtungen.

Hinweis: Falls Sie eine Vorlage in die Liste der eigenen Styles laden, und dort ein Style mit diesem Namen bereits vorhanden ist, werden alle Änderungen in diesem Style überschrieben, das heißt alle Einstellungen werden auf die Originaleinstellungen zurückgesetzt. Diese Aktion müssen Sie über eine Sicherheitsabfrage bestätigen.

Schnellgestaltung

Seite: Gestaltung » Schnellgestaltung

Mit Hilfe der Schnellgestaltung können Sie mit wenigen Klicks das Design Ihres aktiven Styles grundlegend ändern.

Achtung: Änderungen, welche Sie hier vornehmen, werden automatisch gespeichert und sind sofort auf der Webseite wirksam. Legen Sie eine Sicherheitskopie an, bevor Sie mit der Schnellgestaltung arbeiten.

Da die Schnellgestaltung ein Spezialfall der erweiterten Gestaltung ist, empfehlen wir, sich mit den Grundlagen der Gestaltung vertraut zu machen. Lesen Sie dazu *Gestaltungsgrundlagen, Seite 115* und *Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 119*.

In der Schnellgestaltung können Sie keine Bereiche selektieren. Die Multifunktionsleiste bietet folgende Spezialfunktionen:

Logo /Kopfzeilenbild

Sie laden die Bilder direkt aus der Dateiverwaltung. Als Voraussetzung müssen diese Bilder vorher in die Dateiverwaltung geladen werden. Siehe dazu *Dateiverwaltung, Seite 31*. Zum Logo können Sie eine Verknüpfung mit angeben.

Farbe

Unter *Farbe* stellen Sie eine Grundfarbe für das gesamte Design ein. Ihre ausgewählte Vorlage wird in einer bestimmten Grundfarbe dargestellt, die Bereiche sind farblich abgestimmt. Diese Farbe wird im Kästchen der Funktion *Farbe* angezeigt. Wenn Sie eine Farbe auswählen, wird diese als neue Grundfarbe für das Design gesetzt, die Farbabstimmungen werden neu berechnet. Die Bereiche werden dann in den neu berechneten Farben angezeigt. Besteht die Designvorlage aus mehreren Grundfarben, gibt es für jede Farbe eine Auswahlmöglichkeit. Zu Farbwahl lesen Sie *Farbwähler, Seite 30*.

Schrift

Hier wählen Sie eine gemeinsame Schriftart für alle Bereiche der Webseite aus.

Vorlage

Hier wählen Sie ein eine Vorlage für Ihre Webseite aus. Alle anderen Design-Einstellungen werden überschrieben.

Achtung: Alle Einstellungen in der Schnellgestaltung überschreiben andere Einstellungen, die vorher im Bereich *Gestaltung* gesetzt wurden.

Sind Sie mit den Grundeinstellungen zufrieden, wollen aber einzelne Bereiche noch weiter anpassen, rufen Sie die **Erweiterte Gestaltung** auf.

11. Bestellungen

Seite: Bestellungen » Bestellungen

Wenn Sie die Seite über **Eingänge** aufrufen, werden Ihnen neue Bestellungen angezeigt. Als neu gelten alle Bestellungen, für die der Status *Gesehen* nicht gesetzt ist. Löschen: Für die Anzeige anderer Bestellungen müssen Sie eine Suche auslösen.

Alle Bestellungen, bei denen der Status *Gesehen* noch nicht gesetzt ist, werden fett gedruckt angezeigt.

In der Tabelle wird immer der zuletzt gesetzte Status einer Bestellung angezeigt.

Wenn eine Bestellung einen Kundenkommentar enthält, wird dies durch ein spezielles Symbol hinter der Bestellnummer angezeigt. Wenn Sie die Maus darauf positionieren, wird der Kommentar angezeigt.

Um die Details aufzurufen, klicken Sie auf die Bestellnummer. Um die Details in einem neuen Fenster aufzurufen, klicken Sie auf das Symbol vor der Bestellnummer.

Es können nur Bestellungen gelöscht werden, welche den Status *Abgelehnt* oder *Archiviert* haben.

Sobald Sie erstmals die Details einer Bestellung aufrufen, erhält diese Bestellung den Status *Gesehen*. Dadurch wird auch eine entsprechende E-Mail an den Kunden versendet. Voraussetzung dafür ist, dass das entsprechende E-Mail-Ereignis aktiviert ist. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen*, Seite 61.

Hinweis: Falls Sie alle Bestellungen für einen Kunden im Überblick sehen wollen, klicken Sie auf den Kundennamen. Auf der Karteikarte **Bestellungen** sind alle Bestellungen dieses Kunden aufgeführt.

Bestellungen - Details

Seite: Bestellungen » Bestellungen » [bestellung] » Allgemein

Die allgemeinen Eigenschaften einer Bestellung geben Ihnen einen Überblick über alle notwendigen Bestelldaten wie aktueller Bearbeitungsstand, bestellte Produkte, Liefer- und Rechnungsadressen usw.

Dem markierten Status wird nach dem Speichern das aktuelle Tagesdatum mit Uhrzeit zugefügt. Mehrere Status können gesetzt werden. Registrierte Kunden können den Status im Shop abrufen.

Die Bestellnummer wird vom System vergeben. Sie können diese ändern.

Die Eingangsbestätigung wird an die E-Mail-Adresse versendet, die in der Rechnungsadresse für diese Bestellung angegeben ist.

Sie können die Rechnung im PDF-Format als E-Mail versenden. Die Rechnung muss vorher erzeugt werden. Sind mehrere Rechnungen vorhanden, wird die zuletzt angelegte versendet.

Für Download-Produkte können Sie manuell die Links zum Herunterladen versenden.

In der internen Notiz können Sie Bearbeitungshinweise oder zusätzliche Informationen zur Bestellung speichern. Diese Daten werden dem Kunden nicht angezeigt.

Es können nur Bestellungen gelöscht werden, welche den Status *Abgelehnt* oder *Archiviert* haben.

Es ist möglich, dass für eine Bestellung eine Konfliktwarnung angezeigt wird. Dies gilt für Bestellungen, die über externe Zahlungssysteme bezahlt wurden. Ein Konflikt tritt ein, wenn sich Bestellwert und Transaktionswert unterscheiden. Dieser Unterschied kommt durch die nachträgliche Änderung der Bestellung oder

des Warenkorb zustande. Eine solche Änderung ist z.B. das nachträgliche Hinzufügen einer Position zur Bestellung. Da der Kunde bereits über das externe System bezahlt hat, entsteht die Differenz und die Konfliktwarnung wird angezeigt.

Weiterhin ist Folgendes zu beachten:

- Wenn Sie eine Bestellung auf *Abgelehnt* setzen, wird der Lagerbestand für die betreffenden Produkte automatisch angepasst.
- Für Bestellungen, bei denen Ihnen die Kreditkarten-Daten übermittelt wurden (Zahlungsmethode Kreditkarte, manuell), werden nach Setzen des Status *Bezahlt* aus Sicherheitsgründen die gespeicherten Karten-Daten gelöscht. Es bleibt nur der Hinweis erhalten, dass diese Bestellung per Kreditkarte bezahlt wurde.
- Voraussetzung für das Versenden der Eingangsbestätigungs-E-Mail ist, dass Sie das E-Mail-Ereignis *Eingangsbestätigung* aktiviert haben. Siehe dazu E-Mail-Einstellungen, Seite 61.

Bearbeitungsmodus

Um die Bestellung zu ändern, klicken Sie auf die Schaltfläche **Bearbeiten**. Dadurch werden alle relevanten Daten in Eingabefeldern angezeigt und können von Ihnen geändert werden. Für die Einträge in der Bestellliste werden Löschfunktionen aktiviert und Sie haben die Möglichkeit, neue Einträge hinzuzufügen.

Wenn Sie **Aktualisieren** klicken, wird die Bestellung mit den aktuellen Werten neu berechnet und dargestellt. Dieser Bearbeitungsstand bleibt solange erhalten, bis Sie entweder durch **Übernehmen** die Änderung festschreiben oder durch **Abbrechen** verwerfen.

Hinweis: Es ist sinnvoll, den Kunden über Änderungen an seiner Bestellung zu informieren. Nutzen Sie dazu den Link **Eingangsbestätigung versenden** in der Detailansicht.

Bestellungen mit dem Status *Abgelehnt*, *Geschlossen* oder *Archiviert* können nicht bearbeitet werden.

Für Download-Produkte können Sie die Beschränkungen zum Herunterladen für diese Bestellung ändern. Siehe dazu auch *Anlegen eines Download-Produktes*, Seite 72.

Dokumente

Seite: Bestellungen » Bestellungen » [bestellung] » Dokumente

Zu jeder Bestellung können Sie verschiedene Dokumente wie Rechnungen, Lieferscheine und Gutschriften erzeugen. Sie haben folgende Möglichkeiten, Dokumente zu erzeugen:

- Ausführen der Stapelverarbeitungsfunktion *Dokumente erstellen und drucken...* für die Tabelle der Bestellungen

Über die Stapelverarbeitungsaktion können Lieferscheine und Rechnungen erstellt und gedruckt werden. Zusätzlich können die im Dialog angezeigten Status gesetzt werden. Die so erzeugten Dokumente werden in die Dokumentliste der jeweiligen Bestellung eingefügt.
- Anlegen der Dokumente in den Details einer Bestellung auf der Karteikarte **Dokumente**

Die Karteikarte **Dokumente** ist nur aktiv, wenn Sie nicht im *Bearbeitungsmodus* für eine Bestellung sind. Die Zahl in Klammern hinter **Dokumente** gibt an, wie viele Dokumente für die aktuelle Bestellung erzeugt wurden.

Zu den Dokumentendetails siehe *Dokumentendetails*, Seite 131.

Neben dem Ausdrucken können Sie jedes Dokument im PDF-Format anzeigen und per E-Mail versenden.

Folgende Hinweise bei der Arbeit mit den Bestell-Dokumenten sollten Sie beachten:

- Sie können nur solche Dokumente löschen, die noch nicht abgeschlossen sind. Abgeschlossene Dokumente können in der Tabelle nicht markiert und damit auch nicht gelöscht werden.
- Mengenänderungen oder das Löschen von Positionen wirken sich nur auf das Dokument selbst, nicht auf die Bestellung aus.
- Änderungen in der Bestellung wirken sich nur auf Dokumente aus, die nach diesen Änderungen neu angelegt werden. Dokumente, die vor den Änderungen angelegt wurden, bleiben unverändert erhalten.
- Mengenänderungen in den Dokumenten wirken sich nicht auf die Lagerbestände aus.

Hinweis: Beim Ausdruck über den Browser können bedingt durch Browsereinstellungen eventuell störende Kopf- und Fußzeilen mit gedruckt werden (zum Beispiel Seitenzahl, Internetadresse, Datum). Diese Einstellungen können Sie ändern. Für den FireFox klicken Sie dazu im Menü auf *Datei» Seite einrichten*. Dort gibt es eine Karteikarte *Ränder & Kopf- und Fußzeilen*. Die Werte, die dort eingetragen sind, werden auf jedes Blatt gedruckt, was über den Browser ausgedruckt wird. Wollen Sie keinerlei Angaben mit drucken, löschen Sie einfach die Einträge in den beiden Feldern.

Dokumentendetails

Für jeden Dokumententyp sind verschiedene Nummern und Datumsangaben zu erfassen. Beenden Sie die Eingabe von Dokumentennummer und -datum immer mit **Speichern**, da die aktuellen Daten sonst nicht mit in die Druckansicht übernommen werden

Der Absender ergibt sich aus den Adressdaten der Webseite, siehe *Adresse, Seite 41*.

Für die einzelnen Bestellpositionen können Sie die Mengenangaben anpassen oder die Position löschen. Die Position wird ohne Sicherheitsabfrage aus dem Dokument gelöscht. Summen im Dokument werden nach dem Speichern aktualisiert.

Ist eine Positionsnummer mit einem Stern (*) markiert, bedeutet dies, dass dieses Produkt auch in mindestens einem anderen Dokument des gleichen Typs für diese Bestellung enthalten ist.

In der Druckansicht werden unterhalb der Kundenadresse weitere Kundendaten als Zusatzinformation angezeigt. Dies sind Daten, welche der Kunde in *Mein Konto* pflegt. Die Dokumente werden in der Sprache gedruckt, die der Kunde bei der Bestellung verwendet hat.

Für den Fall, dass Sie Ihre Dokumente in einem unveränderbaren Zustand abspeichern wollen, steht Ihnen die Funktion **Abschließen** zur Verfügung. Nach *Abschließen* können Dokumente noch angezeigt und ausgedruckt werden, Bearbeiten und Löschen sind nicht mehr möglich. Damit können Sie alle Dokumente nach Abschluss des entsprechenden Vorganges manipulationssicher im System speichern. Für eventuelle Nachträge und Korrekturen müssen Sie dann neue Dokumente anlegen.

Die Bemerkungen zur Zahlungsmethode werden nur solange in der Rechnung mit gedruckt, wie der Bestellstatus *Bezahlt* nicht gesetzt ist.

UPS-Lieferschein

Ein UPS-Lieferschein bietet die Möglichkeit, für die dazugehörige Bestellung eine Sendungsverfolgung (Order-Tracking) einzurichten. So sind Sie und Ihre Kunden in der Lage, den aktuellen Lieferstatus der Sendung zu verfolgen.

Dazu tragen Sie die UPS-Kontrollnummer in die Details des UPS-Lieferscheins ein. Diese Nummer wird durch die Software *UPS-Worldship* generiert. Sie ist Voraussetzung für die Sendungsverfolgung.

Vorbereitungen

Um Ihren Kunden die Sendungsverfolgung anbieten zu können, müssen Sie sich bei UPS registrieren und die Software *WorldShip* installieren.

Nutzen Sie den Link **Bei UPS registrieren**, um sich bei UPS zu registrieren. Nach der Registrierung melden Sie sich an und beantragen unter dem Punkt *Mein UPS* eine Kundennummer.

Im nächsten Schritt fordern Sie die Software *WorldShip* an. Nutzen Sie dazu den Link **UPS-WorldShip-Software bestellen**. Füllen Sie das angezeigte Formular aus und senden es ab. Alternativ können Sie die Software auch von der UPS-Webseite herunterladen.

Nach Erhalt installieren Sie diese. Folgen Sie dabei den Anweisungen, die diesbezüglich von UPS bereitgestellt werden. Lesen Sie im Handbuch der UPS-Software die Kapitel zum XML-Import und zum Auslesen der Kontrollnummer.

Achtung: Für Produkte, welche Sie über UPS versenden wollen, muss ein Versandgewicht angegeben sein.

Erzeugen der UPS-Kontrollnummer

Für die Erzeugung der UPS-Kontrollnummer muss der Lieferschein exportiert und in *Worldship* eingelesen werden. Dafür ist eine Shop-Adresse notwendig. Ohne diese Adresse kann der Lieferschein nicht exportiert werden. Entspricht Ihre Shop-Adresse nicht den UPS-Forderungen, bekommen Sie einen entsprechenden Hinweis mit einem Link zur Shop-Adresse angezeigt.

Gehen Sie wie folgt vor:

1. Legen Sie für die Bestellung in der Shop-Administration ein Dokument vom Typ *UPS-Lieferschein* an.
2. Sind alle Angaben korrekt, klicken Sie **Exportieren**.
3. Wählen Sie den Speicherort und den Namen der Exportdatei.
4. Starten Sie *UPS-WorldShip*.
5. Wählen Sie das Menü zum Import von XML-Dateien, z.B. *Import-/Exportdaten*.
6. Wählen Sie die passende Importart aus, z.B. *Automatischer XML-Import*.
7. Wählen Sie den Speicherort der XML-Datei und starten Sie den Importvorgang.
8. Wechseln Sie nach Abschluss des Importvorganges in das Sendungsarchiv und suchen dort die passende Sendung. Die Kontrollnummer wird angezeigt.

Die Software UPS-Worldship wird von UPS ständig weiterentwickelt. Sollten Sie Import und Erzeugen der Kontrollnummer nicht nach oben beschrieben Vorgehen durchführen können, lesen Sie das aktuelle Handbuch zu UPS-Worldship oder kontaktieren Sie Ihren Ansprechpartner bei UPS.

Aktivieren der Bestellungsverfolgung

Übernehmen Sie die UPS-Kontrollnummer in das Feld *UPS-Kontrollnummer* des betreffenden Dokumentes *UPS-Lieferschein*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Nach dem Speichern wird neben der UPS-Kontrollnummer der Link **Sendung verfolgen** eingeblendet. Über diesen Link rufen Sie die Seite bei UPS auf, die Ihnen den Versandstatus der jeweiligen Sendung anzeigt.

Bestellungsverfolgung im Shop

Sobald die Kontrollnummer eingetragen und gespeichert ist, steht der Link zur Bestellungsverfolgung auch dem entsprechenden Kunden selbst zur Verfügung.

Der Kunde ruft die Sendungsverfolgung unter *Mein Konto* im Punkt *Bestellstatus abfragen* auf. In der Bestellung wird ebenfalls die UPS-Kontrollnummer als Link angezeigt. Über diesen Link gelangt der Kunde auf die Seite bei UPS, die ihm den Versandstatus der jeweiligen Sendung anzeigt.

Zusätzlich ist in jeder Status-E-Mail, die an den Kunden versendet wird, ein Link zur Bestellungsverfolgung eingefügt.

RBS WorldPay-Transaktionen

In der Spalte *Betrag* steht der Wert aus dem Warenkorb, in der Spalte *Zugel. Betrag* der Betrag in der Währung, in der der Kunde bei RBS WorldPay bezahlt hat.

In der Spalte *Status* sehen Sie, für welche Bestellungen Sie die Abbuchung manuell vornehmen müssen. Nutzen Sie den Link **RBS WorldPay-Administration öffnen**, um die Transaktionen bei RBS WorldPay einzusehen und zu bearbeiten.

In der Spalte *AVS* können Sie den AVS-Code für die Transaktion ablesen. Der AVS-Code (Address Verification System) zeigt das Resultat der Prüfung der Kundendaten an. Nicht alle RBS WorldPay-Zugänge unterstützen diesen AVS-Code. Das hängt von der Bank des Kunden und von der Art des Vertrages ab, den Sie mit RBS WorldPay geschlossen haben.

12. Marketing

Hier finden Sie Funktionen für verkaufsfördernde Maßnahmen. Mit diesen pflegen Sie Ihre Kundenbeziehungen und erweitern den Angebotsradius für Ihre Produkte.

Newsletter-Kampagnen

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein

Über Newsletter verteilen Sie aktuelle Informationen, wie Sonderangebote oder Rabattaktionen, an Ihre Kunden.

Voraussetzung für die Erstellungen eines Newsletters ist die Einrichtung einer Newsletter-Kampagne. Eine Newsletter-Kampagne ist vergleichbar mit einem Container für Newsletter mit allen betreffenden Daten. Mit Hilfe dieser Kampagnen können Sie Ihre Newsletter gruppieren.

Newsletter-Kampagnen – Einstellungen

Seite: Marketing » Newsletter » Einstellungen

In der Sektion **Newsletter abonnieren** können Sie Texte erfassen und bearbeiten, mit denen Sie Ihr Newsletter-Angebot beschreiben. Dieser Text wird auf der Webseite oberhalb der Liste mit den Newsletter-Kampagnen sprachabhängig eingeblendet. Damit können Sie Ihren Kunden Informationen und Hinweise zu Ihren Newsletter-Kampagnen anzeigen.

Sie können Ihren Kunden das Abonnieren Ihrer Newsletter direkt im Bestell- bzw. im Registrierungsprozess anbieten. Stellen Sie dazu die Option in der Sektion **Abonnieren im Bestellprozess** auf */a*. Der Text, den Sie dort erfassen, wird zusammen mit der Auswahl der Newsletter-Kampagnen im jeweiligen Adressformular mit angezeigt.

Anlegen einer Newsletter-Kampagne

Wie sollten Sie beim Erstellen eines Newsletter vorgehen? Im Nachfolgenden werden die notwendigen Schritte aufgelistet, ohne auf die Einzelheiten einzugehen. Diese werden in den entsprechenden Kapiteln beschrieben. Um einen Newsletter anzulegen und an Ihre Kunden zu versenden, gehen Sie wie folgt vor:

1. Legen Sie eine Newsletter-Kampagne an und vergeben Sie einen aussagekräftigen Namen.
2. Erfassen Sie die Details für die Kampagne. Ergänzen Sie den Namen durch eine kurze Beschreibung und tragen Sie die Absenderdaten ein. Wichtig ist die Angabe der E-Mail-Adresse für den Testversand. Weitere Informationen zu den Kampagnendetails lesen Sie in *Newsletter-Kampagnen – Details – Allgemein, Seite 136*. Sie sollten die Kampagne auch erst sichtbar schalten, wenn alle Daten erfasst und geprüft sind.
3. Legen Sie in den Details der Newsletter-Kampagne auf der Karteikarte **Newsletter** einen Newsletter an.
4. Rufen Sie die Details des neuen Newsletters auf und erfassen alle Daten und gestalten den Text. Siehe dazu *Newsletter-Details – Allgemein, Seite 138* und *Erstellen des Newsletter-Inhaltes, Seite 139*.
5. Führen Sie einen Testversand durch und prüfen Sie das Ergebnis. Beachten Sie dabei, dass in dieser Test-E-Mail die Platzhalter nicht durch aktuelle Daten ersetzt werden.
6. Normalerweise melden sich die Abonnenten für Ihre Newsletter über die Webseite an. Haben Sie aber auf anderem Weg Adressaten für diesen Newsletter gesammelt, müssen Sie diese eintragen. Rufen Sie dazu die Karteikarte **Adressaten** in den Details der Kampagne auf. Tragen Sie die bekannten Adressaten ein oder importieren Sie die Daten. Siehe dazu *Newsletter-Kampagnen – Details – Adressaten, Seite 136*.
7. Um Ihre Webseitenbesucher auf Ihr Newsletter-Angebot hinzuweisen bzw. dafür zu interessieren, sollten Sie noch einen entsprechenden Text erfassen und anzeigen. Siehe dazu *Newsletter-Kampagnen – , oben*.

8. Sind alle Vorbereitungen abgeschlossen, schalten Sie die Kampagne sichtbar. Dies können Sie entweder in den Kampagnendetails oder per Stapelverarbeitungsaktion in der Tabelle der Newsletter-Kampagnen ausführen.
9. Damit Ihre Webseitenbesucher sich für die Newsletter anmelden können, müssen Sie noch die entsprechenden Funktionen auf der Webseite anzeigen. Das ist zum einen das Abonnieren während des Registrierung- oder des Bestellprozesses, siehe *Newsletter-Kampagnen – Einstellungen, Seite 135*. Zum anderen sind das die Navigationselemente *Newsletter-Anmeldung* und *Verknüpfung zur Newsletter-Anmeldung*, siehe *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Damit haben Sie eine Newsletter-Kampagne erstellt und auf Ihrer Webseite veröffentlicht.

Newsletter-Kampagnen – Details – Allgemein

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Allgemein

Hier pflegen Sie Daten, die zum einen zusätzliche Informationen zur Kampagne enthalten und zum anderen für den Versand der Newsletter wichtig sind.

Name und *Beschreibung* werden auf der Webseite angezeigt, auf der der Kunde die Newsletter abonniert.

Über das Auswahlfeld *Sprache* stellen Sie die Sprache ein, für welche die Kampagne erstellt wird. Eine Besonderheit ist die Sprachauswahl *international*. Kampagnen, die mit dieser Option angelegt werden, sind für alle Sprachen gültig.

Name des Absenders, *E-Mail des Absenders* und *Betreff* sind Standardeinstellungen für alle Newsletter dieser Kampagne. Diese Standardeinstellungen können Sie in den Details des jeweiligen Newsletters bei Bedarf überschreiben. Name und E-Mail-Adresse des Absenders werden zu einer erweiterten E-Mail-Adresse zusammengesetzt: z. B. *Shop-Team <info@provider.com>*.

Die Adresse in *E-Mail für Test* verwenden alle Newsletter der Kampagne für den Testversand. Beim Anlegen der Kampagne wird automatisch die E-Mail-Adresse der Webseite eingetragen, siehe *Adresse, Seite 41*.

Newsletter-Kampagnen – Details – Adressaten

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Adressaten

Adressaten sind geplante Empfänger aller Newsletter einer Kampagne. Es gibt keine direkte Zuordnung von Adressaten zu einzelnen Newsletter. Adressaten, die einen Newsletter tatsächlich bekommen, werden als Empfänger bezeichnet, siehe dazu *Newsletter-Details – Empfänger, Seite 140*.

In der Tabelle sehen Sie alle Adressaten, welche für die aktuelle Kampagne eingetragen sind. Es gibt folgende Möglichkeiten, Adressaten zur Liste hinzuzufügen::

- Direkteingabe des Kundennamen und einer E-Mail-Adresse; diese Möglichkeit eignet sich für Adressaten, die keine registrierten Besucher sind
- Direkteingabe der Kundennummer
- Übernahme aller Kunden einer Kundengruppe
- Hinzufügen aus der Ablage
- Import von Adressaten, siehe *Import von Adressaten, Seite 137*
- Besucher, welche sich über die Webseite für Newsletter-Kampagnen registrieren. Siehe dazu *Abonnement über die Webseite, Seite 137*.

Beim Löschen von Adressaten wird für registrierte Kunden nur die Zuweisung zur Kampagne gelöscht, alle anderen Kundendaten bleiben erhalten. Nicht registrierte Besucher werden für diese Kampagne aus dem System gelöscht.

Achtung: Mit dem Löschen wird auch der "Abonnierstatus" (*abonniert*, *abbestellt*) der entsprechenden Kunden mitgelöscht. Wird einer der Kunden später wieder zu der Kampagne zugefügt, wird dieser Status automatisch auf *Abonniert* gesetzt. Dies kann zu rechtlichen Problemen führen, wenn ein Kunde einen Newsletter erhält, den er eigentlich abbestellt hat. Bedenken Sie dies, bevor Sie Kunden manuell hinzufügen.

Import von Adressaten

Diese Funktion nutzen Sie, um bereits anderweitig vorbereitete Abonnentenlisten zu laden. Die Daten müssen in einer einfachen Text-Datei vorliegen, in der die einzelnen Werte durch ein definiertes Trennzeichen getrennt sind.

Das in der Datei verwendete Trennzeichen können Sie vor dem Import einstellen.

Orientieren Sie sich beim Erstellen der Datei am Beispiel, welches auf der Seite angezeigt wird.

Abonnement über die Webseite

Die Besucher der Webseite haben folgende Möglichkeiten, Newsletter zu abonnieren:

- Direkte Anmeldung für Newsletter auf der Webseite
- Aufrufen der Seiten zum Abonnieren der Newsletter über **Newsletter abonnieren**
- Für registrierte Benutzer Anmeldung unter **Mein Konto** » **Newsletter**
- Abonnieren während des Bestellprozesses

Dem Benutzer wird eine Seite mit dem Newsletter-Angebot angezeigt. Er wählt die gewünschten Newsletter aus und klickt **Abonnieren**.

Aus Sicherheitsgründen bekommt der Kunde eine E-Mail zugesandt, in der er nochmals bestätigen muss, dass er den Newsletter abonniert hat. Nach der Bestätigung wird er mit dem Status *abonniert* in die Adressatenliste eingetragen. So soll vermieden werden, dass Unbefugte für andere Newsletter bestellen. Dieses Verfahren ist das Double-opt-in-Verfahren.

Für das Abonnieren im Bestellprozess entfällt das Double-opt-in-Verfahren, weil hier nicht mit einem unbefugten Abonnieren zu rechnen ist.

Das Abbestellen von Newslettern erfolgt analog. Erst nachdem der Benutzer das Abbestellen per E-Mail bestätigt hat, wird sein Status für den entsprechenden Newsletter auf *abbestellt* gesetzt.

Hinweis: Das Abonnieren und Abmelden von Newslettern mit der jeweiligen Bestätigung sind Ereignisse, zu denen das System Bestätigungs-E-Mails versendet. Sie müssen die dazugehörigen E-Mail-Ereignisse aktivieren, siehe *E-Mail-Einstellungen – Ereignisse*, Seite 62. Wenn Sie in der Administration Kunden manuell als Adressaten eintragen, wird kein solches Ereignis ausgelöst.

Für nicht registrierte Kunden müssen Sie eines der folgenden Seitenelemente auf der Webseite bereitstellen:

- *Verknüpfung zur Newsletter-Anmeldung*
- *Newsletter-Anmeldung*

Die Grundlagen zu Seitenelementen lesen Sie in *Seitenelemente und Navigation*, Seite 123.

Newsletter

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Newsletter

Newsletter sind die E-Mails, die im Rahmen einer Newsletter-Kampagne an die Abonnenten versendet werden.

Newsletter können nur über die Tabelle angelegt werden. Siehe dazu *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 21*.

Newsletter können auch nur über die Tabelle gelöscht werden. Siehe dazu *Löschen von Datensätzen, Seite 21*.

Newsletter-Details – Allgemein

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Newsletter » [newsletter] » Allgemein

In den allgemeinen Details eines Newsletter erstellen Sie den Inhalt und bearbeiten die Versendedata wie z.B. Sendetermin oder Absenderadresse.

Versendedata

Versendedata für Newsletter sind die Daten, welche für den Versand wichtig sind.

Name und E-Mail-Adresse des Absenders sind durch die Daten aus den allgemeinen Eigenschaften der jeweiligen Newsletter-Kampagne vorausgefüllt. Die beiden Felder werden zu einer erweiterten E-Mail-Adresse zusammengesetzt: z. B. *Shop-Team <info@provider.com>*

Über *Sendetermin* bestimmen Sie, wann der Newsletter automatisch an die Abonnenten versendet wird, falls Sie nicht sofort versenden möchten.

Die Empfängeradresse für die Test-E-Mail ist in den allgemeinen Eigenschaften der jeweiligen Newsletter-Kampagne definiert. Solange keine Adresse für den Test eingetragen ist, kann Sie keine Test-E-Mail versenden. Beim Versenden von Test-E-Mails werden Platzhalter nicht durch aktuelle Daten ersetzt. Für Test-E-Mails werden auch keine Gutschein-Codes erzeugt.

Design

Sie können einen Newsletter als reinen Text versenden oder mit Formatierungen, Bildern und Links versehen. Dies steuern Sie über die Option *HTML verwenden*. Haben Sie *Nein* eingestellt, werden sämtliche Formatierungsanweisungen und sonstiger HTML-Code als Text ausgegeben. Sie können keine Vorlagen benutzen. Bei *Ja* werden alle HTML-Anweisungen in der E-Mail umgesetzt.

Die grundsätzliche Struktur und Design wählen Sie über eine Vorlage aus. Die Vorlage wird in das Feld *Text* geladen, eventuell vorhandener Text wird nach entsprechender Sicherheitsabfrage überschrieben.

Den Text und das Design können Sie weiter im WYSIWYG-Editor bearbeiten. Siehe dazu *WYSIWYG-Editor, Seite 27*.

Hinweis: Die Newsletter-Vorlagen sind vorgegeben und können von Ihnen nicht angepasst werden. Um sich eine eigene Vorlage für Newsletter zu schaffen, können Sie einen Newsletter mit dem gewünschten Design erzeugen, diesen bei Bedarf duplizieren und das Duplikat als neuen Newsletter versenden.

Inhalt

Der Inhalt eines Newsletter kann aus manuell erstelltem Text und Inhalten aus der Datenbank, wie Produkt- oder Kundendaten, bestehen.

Kundendaten fügen Sie über Platzhalter ein. Die verfügbaren Platzhalter sehen Sie in der Box *Platzhalter* rechts neben dem Textfeld. Um einen Platzhalter in das Feld *Text* einzufügen, klicken Sie auf dessen Namen. Er wird in das Feld an die aktuelle Cursorposition übernommen. Beim Versand der Newsletter werden

die Platzhalter durch die aktuellen Daten ersetzt. Für nicht registrierte Kunden können Sie nur den Platzhalter *Angezeigter Name* verwenden, für alle anderen Platzhalter sind keine Daten hinterlegt.

Produkt- und Kategoriedaten werden über die Ablage in den Newsletter an die aktuelle Cursorposition eingefügt. Klicken Sie dazu **Produkte und Kategorien aus der Ablage einfügen**.

Sie müssen Ihren Kunden im Newsletter die Möglichkeit geben, diesen abzubestellen. Dafür steht Ihnen der Platzhalter **Infotext zum Abmelden** zur Verfügung. Dieser Platzhalter fügt neben einem Text einen Link in den Newsletter ein, über den der Kunde den Newsletter bei Bedarf abbestellen kann.

Sie können mit einem Newsletter auch Gutscheine versenden. Nach Auswahl einer Gutschein-Kampagne werden zwei neue Funktionen dafür aktiviert, über die Sie die Gutscheindaten in den Text einfügen. Siehe dazu *Gutscheine, Seite 140* und darin speziell *Anwendung von Gutscheinen in Newslettern, Seite 142*.

Erstellen des Newsletter-Inhaltes

Bevor Sie einen Newsletter-Inhalt mit Produkt- und Gutscheindaten bearbeiten, legen Sie das oder die betreffenden Produkte in die Ablage und legen Sie eine Gutschein-Kampagne an.

Erstellen Sie den Inhalt wie folgt:

1. Setzen Sie die Option *HTML verwenden* auf *Ja*.
2. Tragen Sie einen passenden Betreff für die E-Mail ein, damit Ihre Kunden neugierig werden.
3. Wählen Sie eine Vorlage aus.
4. Erfassen und gestalten Sie Ihren Text.
5. Fügen Sie die Platzhalter an den richtigen Positionen ein.
6. Prüfen Sie, ob ein Text zum Abmelden vorhanden ist. Wenn nicht, fügen Sie den entsprechenden Platzhalter ein.
7. Fügen Sie die Produkte aus der Ablage ein.
8. Wählen Sie die Gutschein-Kampagne.
9. Fügen Sie die gewünschten Gutscheindaten ein.
10. Kontrollieren Sie den Inhalt und Design im WYSIWYG-Editor.
11. Versenden Sie eine Test-E-Mail. Beachten Sie bei der Kontrolle der E-Mail, dass anstelle der Platzhalter Beispieldaten angezeigt werden, da keine aktuelle Kundenzuordnung existiert.
12. Kontrollieren Sie Name und Absenderadresse.
13. Legen Sie einen Sendetermin fest, falls die Newsletter automatisch versendet werden sollen.
14. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Versenden des Newsletters

Sie haben folgende Möglichkeiten, einen Newsletter zu versenden:

- Tragen Sie einen Sendetermin ein
- Klicken Sie auf **Jetzt senden**.

Nach dem Versand des Newsletters können die zugehörigen Daten nicht mehr geändert und der Newsletter kann auch nicht noch einmal versandt werden. Sie können aber durch Duplizieren eine Kopie des Newsletters erstellen und diese für den Versand oder für die weitere Bearbeitung verwenden.

Hinweis: In einen Probe-Shop können keine Newsletter versendet werden, die Schaltfläche **Jetzt senden** ist deaktiviert.

Newsletter-Details – Anhänge

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Newsletter » [newsletter] » Anhänge

Produkt- und Kategoriebilder werden als Anhänge zum Newsletter gespeichert. Im Text steht dann ein Verweis auf diesen Anhang. Diese Bilder werden als Anhänge mit der Newsletter-E-Mail verschickt.

Wenn Sie auf den Namen der Datei klicken, bekommen Sie das Bild angezeigt. Falls Sie keine Bilder versenden wollen, löschen Sie die Bilder aus der Anhangliste und den entsprechenden Verweis im Text.

Hinweis: Mit dem Löschen wird die Zuweisung des Bildes als Anhang gelöscht, nicht aber das Produktbild selbst. Dieses bleibt am Produkt erhalten.

Newsletter-Details – Empfänger

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Newsletter » [newsletter] » Empfänger

Empfänger sind Kunden, welche den entsprechenden Newsletter erhalten haben. In der Tabelle sehen Sie alle Empfänger des aktuellen Newsletters.

Gutscheine

Seite: Marketing » Gutscheine

Gutscheine sind ein wichtiges Marketinginstrument mit dem Sie bestehende Kunden motivieren und neue Kunden gewinnen können. Mit Hilfe von Gutscheinen gewähren Sie absolute oder prozentuale Preisnachlässe, die Sie an bestimmte Bedingungen knüpfen können. Das sind Bedingungen wie die Verwendung bestimmter Produkte oder Versand- und Zahlungsmethoden. Nur wenn eine Bestellung diese Bedingungen erfüllt, kann ein Gutschein eingelöst werden.

Gutscheine sind in Kampagnen organisiert. Die Kampagne enthält neben den eigentlichen Codes alle anderen notwendigen Parameter und Einstellungen. Für die Bearbeitung der Details einer Kampagne stehen jeweils folgende Karteikarten zur Verfügung:

Gutscheine - Allgemein

Folgende Einstellungen können Sie hier u. a. festlegen:

- Art und Höhe des Preisnachlasses
- Mindestwarenwert, ab dem Gutscheine erst eingelöst werden kann
- Zeitraum, in dem die Gutscheine der Kampagne eingelöst werden können
- Anzahl der Gutscheine, die eingelöst werden können
(Diese Einstellung ist für Aktionen gedacht wie: "Die ersten hundert Kunden, welche dieses Produkt kaufen, erhalten ...")
- Einfach- oder Mehrfachnutzung von Gutscheinen
Wenn Sie z. B. einen Gutschein in der Zeitung veröffentlichen, benutzen mehrere Kunden denselben Code.

Gutscheine - Gültigkeit

In der Tabelle sehen Sie alle Bedingungen, die das Einlösen eines Gutscheins für die aktuelle Kampagne einschränken. Sind keine Einträge in der Tabelle, können die Kunden die Gutschein-Codes ohne Beschränkung einlösen.

Die verschiedenen Einträge werden über die Ablage in die Tabelle eingefügt. Zur Ablage lesen Sie *Ablage, Seite 18*.

Die Bedingungen gleichen Typs sind ODER-verknüpft, die unterschiedlichen Typen sind UND-verknüpft.

Beispiel 1: Sie haben ein bestimmtes Produkt, die Zahlungsmethode *Barzahlung* und die Versandmethode *Selbstabholung* in die Tabelle übernommen. Um einen Gutschein dieser Kampagne einlösen zu können, muss ein Kunde das angegebene Produkt bestellen **und** dabei die Versandmethode *Selbstabholung* **und** die Zahlungsmethoden *Barzahlung* auswählen.

Beispiel 2: Sie haben drei Produkte (*Produkt 1*, *Produkt 2*, *Produkt 3*), welche Sie gern mit der Versandmethode *Spezialversand* verschicken möchten und daher Ihren Kunden einen Gutschein dafür anbieten. Übernehmen Sie die drei Produkte und die Versandmethode in die Tabelle. Um einen Gutschein dieser Kampagne einlösen zu können, muss ein Kunde *Produkt 1* **oder** *Produkt 2* **oder** *Produkt 3* bestellen **und** die Versandmethode *Spezialversand* auswählen.

Gutscheine - Gutschein-Codes

Sie haben folgende Möglichkeiten, Gutschein-Codes zu erzeugen:

- Manuelles Anlegen

Gehen Sie vor, wie unter *Hinzufügen von Datensätzen*, Seite 21 beschrieben.

- Automatischen Generieren durch den Code-Generator

Geben Sie in das Feld *Anzahl* die Anzahl der Codes ein und klicken Sie **Codes automatisch generieren**.

- Erzeugen der Gutschein-Codes durch Newsletter-Versand

Siehe dazu *Anwendung von Gutscheinen in Newslettern*, Seite 142.

Wenn Sie die Gutscheine nicht per Newsletter versenden, können Sie die erzeugten Gutschein-Codes per Stapelverarbeitungsaktion in eine Textdatei exportieren und dann über andere Kanäle an Ihre Kunden verteilen.

Hinweise

Beachten Sie folgende Hinweise bei der Arbeit mit Gutscheinen:

- Gutschein-Kampagnen können immer nur für eine Währung angelegt werden. Für den gleichen Anlass in einer anderen Währung müssen Sie auch eine eigene Kampagne anlegen.
- Alle Gutscheine der Kampagne, die nach dem Löschen der Kampagne noch nicht eingelöst wurden, verlieren damit ihre Gültigkeit und werden vom System nicht mehr anerkannt.
- Gelöschte Gutschein-Codes verlieren ihre Gültigkeit und können von Kunden nicht mehr eingelöst werden.
- Zur Eingabe des Gutschein-Codes wird den Kunden im Warenkorb ein entsprechendes Eingabefeld eingeblendet. Dieses Feld wird nur dann angezeigt, wenn für diesen Zeitpunkt mindestens eine Gutschein-Kampagne gültig ist.
- Wenn Sie die Gültigkeitsdauer von Gutscheinen festlegen, achten Sie auf eventuelle gesetzliche Bestimmungen zur Gültigkeitsdauer von Gutscheinen (z. B. in Deutschland 3 Jahre).
- Die Spalte *Eingelöst* ist ein guter Gradmesser für den Erfolg der Aktion, da Sie hier die Akzeptanz der Gutscheinaktion ablesen können.
- Ob ein Gutschein verwendet wurde, sehen Sie auch in den Bestelldetails.

Anlegen von Gutscheinen

Um Gutscheine zu erzeugen und Ihren Kunden zur Verfügung zu stellen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Legen Sie eine Gutschein-Kampagne an.

Tragen Sie alle erforderlichen Werte in die Tabelle ein. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Vergeben Sie einen aussagekräftigen Namen. Beachten Sie, dass Sie die ausgewählte Währung dann nicht mehr ändern können. Alle anderen Eigenschaften können Sie in den allgemeinen Details noch bearbeiten.

2. Erfassen Sie die allgemeinen Details für die Kampagne.

Ergänzen Sie den Namen durch eine Beschreibung. Beschreiben Sie deutlich, warum und wofür Sie die Gutscheine ausgeben, damit es beim Einlösen keine Missverständnisse gibt. Das gilt speziell für Gutscheine, welche an bestimmte Bedingungen geknüpft sind.

3. Definieren Sie Bedingung für die Gültigkeit

Falls Sie das Einlösen des Gutscheins neben Mindestbestellwert und Zeitraum noch an andere Bedingungen knüpfen wollen, legen Sie auf der Karteikarte **Gültigkeit** die entsprechenden Bedingungen fest. Übernehmen Sie dazu die entsprechenden Produkte, Zahlungs- oder Versandmethoden aus der Ablage.

4. Erstellen Sie die Gutschein-Codes.

Tragen Sie Ihre Gutschein-Codes manuell ein oder lassen diese automatisch erzeugen. Siehe dazu *Gutscheine - Gutschein-Codes, Seite 141*. Wenn Sie die Gutscheine per Newsletter an Ihre Kunden verteilen wollen, brauchen Sie keine Gutschein-Codes zu erstellen. Lesen Sie dazu *Anwendung von Gutscheinen in Newslettern, unten*.

Anwendung von Gutscheinen in Newslettern

Legen Sie zuerst eine Gutschein-Kampagne an, siehe *Anlegen von Gutscheinen, Seite 141*.

Hinweis: Sie brauchen keine Gutschein-Codes zu erzeugen. Das System generiert für jeden Newsletter, der versendet wird, einen neuen Code.

In den Newsletter-Details sind alle verfügbaren Gutschein-Kampagnen in dem Auswahlfeld *Gutschein-Kampagne* aufgelistet. Wählen Sie hier die gewünschte aus.

Nach der Auswahl der Gutschein-Kampagne und **Speichern** werden folgende spezielle Funktionen angezeigt:

- Ein neuer Platzhalter **Gutschein-Code**

Platzieren Sie den Platzhalter **Gutschein-Code** im Newsletter-Text. Beim Versenden der Newsletter wird für jeden Empfänger ein Gutschein-Code erzeugt und eingetragen.

- Die Schaltfläche **Gutscheinvorlage einfügen**

Hiermit fügen Sie nicht nur den Code an sich ein, sondern weitere zusätzliche Informationen zur Gutschein-Kampagne. Der Kunde erhält dann mit dem Newsletter den Namen und die Beschreibung der Gutschein-Kampagne, die Vergünstigung, die der Gutschein bringt und den Gutschein-Code selbst.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Produktempfehlungen

Seite: Marketing » Produktempfehlungen

Eine Produktempfehlung ist die Versendung einer E-Mail mit dem Verweis auf ein bestimmtes Produkt. Die Produktempfehlung wird von Kunden aus der Produktdetailansicht heraus an andere Kunden versendet (Tell-a-Friend). Dazu wird auf der Produktdetailseite im Shop der Link **Produkt weiterempfehlen** angezeigt.

Achtung: Damit bei freigegebener Funktion die Produktempfehlungs-E-Mails vom System versandt werden können, muss dieses Ereignis bei den E-Mail-Einstellungen aktiviert sein. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen, Seite 61*.

Anfragen zum Produkt

Seite: *Marketing* » *Anfragen zum Produkt*

Hiermit geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, sich mit Fragen oder Hinweisen zu Produkten Ihres Shops an Sie zu wenden.

Achtung: Damit bei freigegebener Funktion die Anfrage-E-Mails an Sie versandt werden können, muss dieses Ereignis bei den E-Mail-Einstellungen aktiviert sein und Sie müssen eine Empfängeradresse eingeben. Siehe dazu *E-Mail-Einstellungen, Seite 61*.

etracker-Statistiken

etracker web controlling (www.etracker.de) ist eine Internetanwendung zur Auswertung von Nutzerdaten. Diese Daten werden während der Laufzeit erhoben und analysiert. Mit Hilfe dieser Kennzahlen können Sie den Erfolg und die Wirkung Ihrer Webseite beurteilen und steuern.

Nach dem Einrichten können Sie die Funktion in einer zeitlich begrenzten Testphase benutzen. Standardmäßig bietet etracker die Erfassung und Auswertungen zu Besuchern, Seitenaufrufen, Klickpfaden, Ansichtszeiten usw.

Nach Ablauf der Testphase werden Sie aufgefordert, sich für ein Leistungspaket zu entscheiden. Falls Sie kein Leistungspaket wählen, können Sie die Statistiken nur noch in eingeschränktem Umfang nutzen.

Mit etracker können Sie auch das Klickverhalten Ihrer Kunden auf den Webseiten auswerten. Etracker stellt dafür die Funktionen *Clickmap* und *Heatmap* zur Verfügung. Die Webseite ist dafür vorbereitet und übermittelt die entsprechenden Daten zu etracker. Um die Funktionen zu nutzen, müssen Sie in Ihrer etracker-Administration die *Übertragung als URL Parameter* aktivieren. Kontaktieren Sie dazu Ihren etracker-Support.

Hinweis: Wenn Sie etracker verwenden, müssen Sie ihre Kunden darauf hinweisen. Erweitern Sie den Inhalt Ihrer Datenschutzerklärung entsprechend.

Allgemein

Seite: *Marketing* » *etracker-Statistiken* » *Allgemein*

Auf der Seite können Sie sich automatisch bei etracker registrieren.

Wenn Sie bei etracker registriert sind, erfassen Sie hier Ihre etracker-Registrierungsdaten und verwalten die Grundeinstellung für Suchmaschinen-Kampagnen. Die Karteikarte ist in folgende Sektionen eingeteilt:

- etracker-Konto einrichten, siehe *etracker-Konto einrichten, unten*
- Registrierungsdaten, siehe *Registrierungsdaten, Seite 144*.
- Suchmaschinen-Auswertung, siehe *Suchmaschinen-Auswertung, Seite 144*

etracker-Konto einrichten

Falls Sie sich noch nicht bei etracker registriert haben, können Sie sich hier automatisch anmelden. Die Sektion ist nur solange sichtbar, wie keine Registrierungsdaten gespeichert sind.

Erfassen Sie ein Kennwort und die Kennwortbestätigung und klicken Sie auf **Konto einrichten**. Dieses Kennwort verwenden Sie für die Anmeldung in der etracker-Administration.

Kundennummer, Sicherheitscode und *Direct Login Bookmark* werden automatisch bei den Registrierungsdaten eingetragen.

Die automatische Anmeldung können Sie auch im Einrichtungsassistenten ausführen. Siehe dazu *Einrichtungsassistent, Seite 34, Punkt Einstellungen für Ihren Shop*.

Registrierungsdaten

Falls Sie sich bereits bei etracker registriert haben, tragen Sie hier Ihre etracker Registrierungsdaten in die entsprechenden Felder ein. Das sind *Kundennummer, Sicherheitscode* und *Direct Login Bookmark*.

Den Sicherheitscode finden Sie in Ihrer etracker-Administration unter **Einstellungen** » **Setup/Tracking-Code**.

Den Direct Login Bookmark erzeugen Sie in Ihrer etracker-Administration unter **Einstellungen** » **Persönliche Einstellungen**.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Nach dem Speichern der Registrierungsdaten und des Direct Login Bookmark wird der Link **etracker-Statistiken anzeigen** eingeblendet. Damit gelangen Sie sofort in Ihre etracker-Administration.

Die Statistiken, die Ihnen angezeigt werden, hängen von Ihrem Vertrag mit etracker ab.

Suchmaschinen-Auswertung

In etracker können Sie auch auswerten, wie gut Ihre Webseite über Suchmaschinen wie Google oder Yahoo auffindbar ist. Dazu müssen Sie in etracker eine entsprechende Kampagne einrichten vom Typ Suchmaschinen (Generischer Index) anlegen. Nutzen Sie dazu den Kampagnen-Assistenten.

Nach dem Anlegen können Sie in den Kampagnendetails den Code-Parameter auslesen. Dieser ist von der Form

```
var et_se=3;
```

Übertragen Sie die Zahl, im Beispiel die 3, in das gleichlautende Feld in der Sektion **Suchmaschinen-Auswertung** in den allgemeinen etracker-Details in der Webseiten-Administration.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Seiten

Seite: Marketing » *etracker-Statistiken* » *Seiten*

In der Tabelle sehen Sie alle Seiten, die Daten an etracker übermitteln können. Markieren Sie in der Spalte *Aktiviert* die Kontrollkästchen für die Seiten, für welche die Daten übertragen werden sollen.

Für die Seiten können Sie weiterhin einen Wert für die Wichtigkeit vergeben. Damit definieren Sie, wie wichtig es für Sie ist, dass Ihre Kunden diese Seite aufrufen. Mit Hilfe der etracker-Statistiken können Sie dann auswerten, wie die von Ihnen als wichtig eingestuften Seiten von den Kunden besucht werden.

Wählen Sie die Wichtigkeit für eine Seite aus dem jeweiligen Auswahlfeld. Dabei ist 10 die höchste Wichtigkeit.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Hinweis: In Abhängigkeit von Ihren Seiten-Cache-Einstellungen müssen Sie nach dem Speichern die Seiten aktualisieren. Siehe dazu *Seiten-Cache (Cache)*, Seite 39.

Um die Auswertungen und Statistiken für Ihre Webseite einzusehen, rufen Sie Ihre Administrationsseite bei *etracker* auf.

Google Analytics

Mit Google Analytics können Sie die Daten über die Benutzung Ihrer Webseite statistisch auswerten. Dazu müssen Sie sich bei Google Analytics anmelden. Nach der Anmeldung legen Sie die Seiten, fest, für die Daten zu Google übertragen werden sollen. In Ihrem Google Analytics-Konto können Sie die Daten für die einzelnen Seiten statistisch aufbereitet ansehen.

Hinweis: Wenn Sie Google Analytics verwenden, müssen Sie Ihre Kunden darauf hinweisen. Erweitern Sie den Inhalt Ihrer Datenschutzerklärung entsprechend.

Produktportale

Seite: Marketing » Produktportale

Produktportale sind Internetplattformen, auf denen Produkte verschiedener Anbieter in einem gemeinsamen Katalog angeboten werden. Sie stellen Produktsuchmaschinen dar, mit deren Hilfe die Kunden Produkte suchen und vergleichen können und die den direkten Link vom Produkt in den Shop des Anbieters enthalten. Für Sie als Händler ist dies eine Möglichkeit, Ihre Produkte einem größeren Kundenkreis zugänglich zu machen. Dazu müssen Sie Ihre Produkte zur jeweiligen Plattform exportieren.

In der Tabelle sehen Sie alle Produktportale, die Ihnen zur Verfügung stehen.

Für jedes Portal gibt es eine Liste der Länderplattformen, auf die Sie Ihre Produkte exportieren können. Die verfügbaren Länder hängen von den installierten Sprachen und Währungen ab, siehe *Ländereinstellungen*, Seite 58.

Jede Länderplattform muss separat eingerichtet werden. Dazu müssen Sie die Plattform aktivieren. Um eine Plattform zu aktivieren, markieren Sie das dazugehörige Kontrollkästchen in der Spalte *Aktiviert* und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Die Einstellungen für jede Länderplattform werden auf folgenden Karteikarten bearbeitet:

- **Allgemein:** Zum großen Teil übereinstimmende Einstellmöglichkeiten, siehe *Allgemeine Einstellungen*, unten. Spezialparameter sind möglich, siehe dazu die Kapitel zu den einzelnen Portalen.
- **Produkte:** Die Bearbeitung der Produktliste ist für alle Plattformen gleich, siehe *Produktliste und Export*, unten.
- **Etracker-Auswertung:** Die Bearbeitung für alle Plattformen ist gleich, siehe *etracker-Auswertung*, Seite 147; unterschiedliche Inhalte sind möglich.

Hinweis: Die Portale unterstützen keine HTML-Anweisungen in den Produktbeschreibungen. Damit Ihre Produktbeschreibungen trotzdem auch für die Portale verwendbar sind, werden für den Export alle HTML-Anweisungen automatisch entfernt.

Allgemeine Einstellungen

Seite: Marketing » Produktportale » [portal] » Allgemein

Um ein Portal zu nutzen, müssen Sie sich dort registrieren. Für jedes Portal steht Ihnen ein Link zur jeweiligen Registrierungsseite zur Verfügung. Weiterhin gibt es einen Link zur Startseite des Portals.

Bei der Registrierung auf den Portalen erhalten Sie Anmeldedaten wie z.B. Händler-Login oder MerchantID. Für manche Portale müssen Sie diese Anmeldedaten in die Shop-Administration in die allgemeinen Details der jeweiligen Länderplattform übertragen.

Hinweis: Aus Sicherheitsgründen werden Kennworte unabhängig von ihrer originalen Länge im Eingabefeld durch Platzhaltersymbole angezeigt.

Wenn Sie alle Ihre Produkte zu einer Länderplattform übertragen wollen, setzen Sie die Option *Alle Produkte exportieren* auf *Ja*. In dem Fall wird die zugehörige Produktliste ignoriert. Die Karteikarte **Produkte** ist inaktiv. Die Produktliste ist dann nicht zu bearbeiten, eventuelle Zuweisungen bleiben aber erhalten. Neue Produkte werden beim nächsten Export automatisch berücksichtigt.

Im Bezug auf Variationsprodukte können Sie entscheiden, ob nur das Hauptprodukt oder alle Produktvariationen exportiert werden. Die Option ist nur aktiv, wenn *Alle Produkte exportieren* aktiv ist.

Sie müssen eine Versandmethode für Ihre Produkte angeben. Die Kunden müssen schon auf dem Portal über eine mögliche Versandmethode informiert werden.

Sie können die Darstellung Ihrer Produkte auf dem Portal beeinflussen, indem Sie die passenden Bilder und Beschreibungstexte auswählen, die mit übertragen werden.

Für viele Portale Sie können Sie einen automatischen Export einrichten. Der Export und, wenn notwendig, das Hochladen werden im eingestellten Intervall automatisch wiederholt, um geänderte Produktdaten auf der Plattform zu aktualisieren. Dies ist vor allem von Vorteil bei Portalen, welche die Produkte nach einer bestimmten Zeit aus dem Katalog nehmen, zum Beispiel Google Base nach 30 Tagen. So können Sie Ihre Produkte ständig im Portalkatalog aktuell halten.

Die Schaltfläche **Exportieren** wird aktiv, wenn Sie die Option *Alle Produkte exportieren* auf *Ja* gesetzt oder Produkte in die Produktliste aufgenommen haben.

Bei Plattformen, bei denen ein Hochladen der Exportdatei auf die Plattform notwendig ist, gibt es die Schaltfläche **Hochladen**. Diese ist aktiv, wenn alle Parameter korrekt eingestellt sind und eine Exportdatei erzeugt wurde.

Hinweis: Wenn Sie alle Parameter und ein Intervall eingestellt haben, testen Sie die Einstellungen manuell per **Hochladen**. Damit stellen Sie sicher, dass die Parameter auch für das automatische Hochladen korrekt eingestellt sind.

Produktliste und Export

Seite: Marketing » Produktportale » [portal] » Produkte

Auf der Karteikarte **Produkte** verwalten Sie die Produkte, die zur betreffenden Plattform exportiert werden.

In der Tabelle sehen Sie alle Produkte, die exportiert werden.

Achtung: Die Produkte können nur zu einem Portal exportiert werden, wenn die Preise für das Steuermodell angegeben sind, welches vom Portal verwendet wird. Wenn ein Portal z. B. Bruttopreise erwartet, dürfen für die Produkte auch nur Bruttopreise angegeben sein, keine anderen Preise.

Um die Produkte zu exportieren, wechseln Sie auf die Karteikarte **Allgemein** der jeweiligen Plattform und klicken dort auf **Exportieren**.

Bei der Übernahme der Produkte in die Exportdatei prüft das System, ob alle Vorgaben für die Exportdaten bezüglich Format und Inhalt eingehalten werden. Erfüllt ein Produkt eines der Kriterien nicht, wird nach Abschluss des Vorganges ein Fehler angezeigt. Hierbei sind zwei Fehlerklassen zu unterscheiden: leichte Fehler, bei denen die Daten automatisch so korrigiert werden, dass das Produkt exportiert werden kann und schwere Fehler, bei denen das Produkt nicht exportiert wird.

etracker-Auswertung

Seite: Marketing » Produktportale » [portal] » etracker-Auswertung

Sie haben die Möglichkeit, mit etracker die Effizienz einer Portalanbindung zu überprüfen. Mit Hilfe von Statistiken können Sie für jede Plattform eine Kosten-Nutzen-Analyse erstellen. So haben Sie die volle Kostenkontrolle und damit ein Instrument, um die Arbeit mit den einzelnen Portalen zu steuern.

Die Voraussetzung dafür ist, dass Ihnen die etracker-Funktionalität in der Webseiten-Administration zur Verfügung steht. Die etracker-Funktionalität, die für Ihre Webseite standardmäßig freigeschaltet wird, basiert auf den *Basic services* von etracker. Um bei etracker Kampagnen einrichten zu können, müssen Sie den Service *tracking 5000* bei etracker buchen.

Die Grundlage für die Auswertung sind URL-Parameter, den Sie auf der Karteikarte **etracker-Auswertung** jeder Länderplattform erfassen, für jede Plattform eigene Parameter. Diese Parameter werden mit den Produkten verknüpft, die zu der Plattform exportiert werden. Wird ein Kunde dann über das Portal in Ihren Shop geleitet, wird über die Parameter die jeweilige Plattform erkannt und die Transaktionen werden von etracker ausgewertet.

Die Parameter können nur über Ihr etracker-Konto erzeugt werden, und zwar im Kanal einer etracker Kampagne. Sie müssen für jede Länderplattform in etracker einen Kanal innerhalb einer Kampagne anlegen.

Die Parameter werden in den Details des jeweiligen Kanals in folgender Form angezeigt:

URL: `http://server/epages/Testetracker02.sf/?et_cid=5&et_lid=5`

Übertragen Sie diese Parameter in das Feld *URL Parameter* auf der Karteikarte **etracker-Auswertung** der jeweiligen Länderplattform des Portals.

Für Pangora gibt es eine Besonderheit, so genannte Sub-Kanäle. Wenn Sie Produkt zu Pangora exportieren, werden diese von Pangora auf die angeschlossenen Portale weiter verteilt. Damit etracker auswerten kann, von welchem dieser Portale der Kunde in Ihren Shop geleitet wurde, werden in der Statistik entsprechende Unterkanäle angezeigt. Sie richten zum Beispiel einen Kanal *Pangora Deutschland* ein. Pangora verteilte Ihre Produkte zum Beispiel weiter an *Fireball.de* und *freenet.de*. In der etracker-Statistik werden Sie dann im Kanal *Pangora Deutschland* die Sub-Kanäle für *Fireball* und *freenet* sehen. Für die Sub-Kanäle verwendet Pangora Abkürzungen. Die Bedeutung dieser Abkürzungen erfragen Sie bei Pangora.

Kelkoo

Der Export der vorbereiteten Produkte erfolgt in zwei Schritten:

1. Abspeichern der Produktliste im Kelkoo-Format in der Exportdatei durch **Exportieren**
2. Hochladen der Exportdatei zu Kelkoo

Für das Hochladen melden Sie sich bei Kelkoo an. Nach dem Anmelden wählen Sie bei Kelkoo das Land, für welches Sie die Produktliste hochladen wollen. Dies muss mit dem Land, welches in den allgemeinen Plattformeinstellungen in der Shop-Administration angezeigt wird, übereinstimmen.

Laden Sie die Datei, welche durch Exportieren erzeugt wurde, in der Kelkoo-Administration hoch.

Nach Beendigung der Aktion sind die Produkte für die Kelkoo-Suche verfügbar.

Hinweis: Öffnen beziehungsweise bearbeiten Sie die Exportdatei nicht, da sonst ein korrektes Einlesen der Exportdatei zu Kelkoo nicht gewährleistet werden kann!

Google Base

Beachten Sie folgende spezifische Besonderheiten:

- Wenn Sie Ihre Daten zu Google hochgeladen haben, können 1 bis 2 Tage vergehen, bis diese von Google geprüft und eingestellt werden. Sie müssen diese Zeit abwarten und brauchen den Export nicht zu wiederholen. Wenn Sie die Daten zu einem bestimmten Zeitpunkt bei Google Base verfügbar haben wollen, planen Sie also einen entsprechenden Vorlauf ein.
- Enthält die Datei Fehler, werden die fehlerhaften Produkte nicht bei Google Base angezeigt. Achten Sie daher auf eventuelle Fehleranzeigen beim Export, beheben Sie die Fehler und starten Sie den Export erneut.
- Erstellen Sie zuerst bei GoogleBase einen so genannten Daten-Feed und legen dort den Dateinamen fest. Diesen tragen Sie in den GoogleBase-Details in der Shopadministration in das Feld *Dateiname des Daten-Feeds* ein.
- Ihre Produkte werden nach einer bestimmten Zeit aus dem Google Base-Katalog entfernt. Laden Sie deshalb mindestens jeden Monat eine Datei zu Google, um Ihre Produkte zu aktualisieren.

Amazon

Im Gegensatz zu anderen Produktportalen werden die Produkte nicht in einer Exportdatei zu Amazon geschickt. Jedes Produkt muss einem existierenden Angebot im Amazon-Katalog zugeordnet werden. Erst nach erfolgter Zuordnung kann das Produkt dann bei Amazon online geschaltet werden.

Um ein Produkt im Amazon-Katalog zu veröffentlichen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Aktivieren Sie die entsprechende Amazon-Länderplattform auf der Seite **Produktportale**.
2. Rufen Sie die Detailseite auf und tragen Sie die Zugangsdaten ein.
3. Rufen Sie Karteikarte **Produkte** auf
4. Fügen Sie das Produkt über die Ablage oder durch Direkteingabe der Produktnummer hinzu.
5. Klicken Sie auf den Produktnamen.
6. Wählen Sie aus der Liste ein Amazon-Produkt aus und klicken Sie **Zuweisen**.
7. Tragen Sie die erforderlichen Daten in die Angebotsdetails ein und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.
8. Klicken Sie **Angebot online schalten**.

Beachten Sie folgende Hinweise beim Exportieren von Produkten zu Amazon:

- Wenn für ein Produkt ein Produkt-Code gespeichert ist, wird es automatisch einem Amazon-Produkt zugeordnet. Existiert bei Amazon noch kein Produkt zu diesem Code, ist keine Zuordnung möglich. Es muss zuerst bei Amazon ein Produkt zu diesem Code angelegt werden.
- Sie können einen Produkt-Code direkt eintragen. Es werden dann alle Amazon-Produkte mit diesem Code angezeigt. Weisen Sie Ihr Produkt einem der angezeigten Amazon-Produkte zu. Der Code wird gleichzeitig als Produkt-Code in den Produktdetails gespeichert.
- Sie können aus der Shop-Administration heraus keine neuen Amazon-Produkte anlegen.
- Für die Suche nach Angeboten wird standardmäßig der Produktname verwendet. Wenn für Ihr Produkt keine Angebote angezeigt werden, ändern Sie den Suchbegriff in der Suchmaske und starten die Suche neu.
- Bei Variationsprodukten müssen Sie jede Variation einzeln zuweisen.
- Wenn Sie ein Angebot aus dem Amazon-Katalog löschen wollen, führen Sie im MBO in den Details des entsprechenden Amazon-Portals unter **Produkte** die Stapelverarbeitungsaktion *Angebot beenden* aus.

Angebotsdetails

Nach dem Zuweisen werden Ihnen die Details des Angebots angezeigt. Diese Daten werden im Amazon-Katalog mit aufgelistet.

Tragen Sie den Preis ein, welchen Sie über Amazon für Ihr Produkt erzielen wollen. Der Listenpreis des Produkts ist voreingetragen.

Legen Sie Lieferzeitraum und Artikelzustand fest. Falls Sie Ihren Kunden zu dem Produkt noch Informationen oder Hinweise geben wollen, tragen sie diese in das Feld *Zustandsnotiz* ein.

Wenn Sie das Angebot online schalten, wird es sofort zu Amazon übertragen. Es wird aber noch nicht sofort im Amazon-Katalog angezeigt, weil Amazon die Daten noch bearbeitet.

Wenn Sie ein Angebot offline schalten, wird es im Amazon-Katalog unsichtbar geschaltet, ist aber noch bei Amazon vorhanden.

Google-Registrierung und XML-Sitemap

Seite: Marketing » Google-Registrierung

Wichtig für den Erfolg Ihrer Webseite ist nicht nur, dass Ihre Stammkunden die Adresse der Webseite kennen, sondern dass die Webseite beziehungsweise die Inhalte auch von Internetsuchmaschinen gefunden werden.

Dafür sollten Sie Ihre Webseitenadresse bei den Betreibern solcher Suchmaschinen anmelden. Für die Anmeldung bei Google, der meistgenutzten Suchmaschine, stellt Ihnen die Anwendung eine solche Anmeldefunktion zur Verfügung.

Der *Startseite* ist die Adresse für Ihre Webseite und wird so bei Google eingetragen. Im Feld *Kommentar zur Webseite* können Sie Bemerkungen oder Hinweise zu Ihrer Webseite eintragen. Diese dienen zur Information für die Mitarbeiter des Google-Services und werden im Suchergebnis nicht mit angezeigt.

Um Ihre Webseite bei Google zu registrieren, klicken Sie auf **Webseite registrieren**.

Eine Anmeldung Ihrer Seite bei Google garantiert nicht die Aufnahme in den Such-Index. Beachten Sie dazu die Informationen im SEO-Dokument.

Mit Hilfe des Links **Indexierte Seiten anzeigen** starten Sie eine Google-Suche nach Ihrer Webseite. So können Sie sofort prüfen, wie Ihre Webseite bei Google gefunden und gelistet wird.

Hinweis: Versuchen Sie, dass möglichst viele Seiten einen Link zu Ihrer Webseite haben. Je mehr Seiten auf Ihre Webseite verlinken, desto größer ist die Chance, dass Ihre Webseitenadresse in den Index aufgenommen und bei der Google-Suche gefunden wird.

XML-Sitemap

Mit dieser Funktion schicken Sie eine Liste mit den Internetadressen Ihrer sichtbaren Seiten zu Google. Dadurch wird die Aktualität Ihrer Seiten bei Google verbessert. Neue Seiten werden schneller bekannt gemacht. Damit erleichtern Sie Google das Indexieren Ihrer Seiten.

Vorraussetzung dafür ist, dass Ihre Webseite eine eigene Domain besitzt.

Trusted Shops Zertifizierung

Seite: Marketing » Trusted Shops Zertifizierung

Bei Ihren Kunden besteht ein hohes Sicherheitsbedürfnis beim Online-Einkauf. Mit einer Zertifizierung von Trusted Shops (www.TrustedShops.de) gewährleisten Sie diese Sicherheit gegenüber den Kunden und bauen so Vertrauen zu Ihrem Shop auf. Neben der Prüfung auf Sicherheit und Datenschutz bietet Trusted Shops eine Geld-zurück-Garantie und umfangreichen Kundenservice an.

Ihr Shop ist für die Trusted Shops-Zertifizierung optimal vorbereitet.

Wenn die Prüfung Ihres Shops erfolgreich abgeschlossen ist, erhalten Sie von Trusted Shops eine Trusted Shop-ID.

Diese Trusted Shop-ID tragen Sie in das Eingabefeld ein. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Pro Sprache müssen Sie eine eigene ID eintragen.

Danach haben Sie die Berechtigung und Möglichkeit, in Ihrem Shop das Gütesiegel von Trusted Shops zu präsentieren. Dafür stehen zwei Seitenelemente zur Verfügung, die Sie entsprechend auf Ihrer Webseite anordnen müssen. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 123*.

Ist keine Trusted Shop-ID gespeichert, wird das Trusted Shop-Seitenelement auf der Webseite nicht angezeigt.

Trusted Shops bietet für Ihren Shop verschiedene Mustervorlagen z. B. für das Impressum oder die Kundeninformationen, die den rechtlichen Vorgaben entsprechen. Klicken Sie in *Verwandte Themen* auf **Musterformulierungen von Trusted Shops**, um die Texte bei Trusted Shops einzusehen.

eBay

eBay-Angebote sind Produkte, die Sie zu eBay hochladen und dort im Rahmen einer Auktion verkaufen.

Dazu müssen Sie neben den Produktdaten weitere Parameter übergeben, die für die Auktion notwendig sind. Ist Ihnen die Bedeutung oder Verwendung dieser Parameter unklar, informieren Sie sich bei eBay. Dort sind alle diese Parameter umfassend erläutert.

In der Shop-Administration hilft Ihnen der eBay-Assistent, alle erforderlichen Daten und Parameter bereitzustellen und das Angebot zu eBay zu senden. Lesen Sie dazu *Angebotseinstellungen / eBay-Assistent, Seite 152*.

Um Angebote einstellen zu können, müssen Sie bei eBay als Verkäufer angemeldet sein und entsprechende eBay-Konten einrichten. Zu den notwendigen Einstellungen lesen Sie *eBay-Einstellungen, Seite 66 ff*.

Um Ihre Produkte über eBay zu verkaufen, gehen Sie prinzipiell wie folgt vor:

1. Melden Sie sich bei eBay als Verkäufer an.
2. Richten Sie Ihr eBay-Konto ein und nehmen weitere Einstellungen vor, siehe *eBay-Konten, Seite 66* und *Allgemeine Einstellungen, Seite 66*.
3. Erstellen Sie sich eine Vorlage, mit der Sie Ihre Produkte bei eBay präsentieren wollen, siehe *Vorlagen Seite 67*.
4. Bereiten Sie die betreffenden Produkte vor und legen Sie diese in Ablage.
5. Richten Sie Vorgabewerte für Ihre Angebote ein, die für jedes neue Angebot automatisch voreingestellt werden. Siehe *Vorgabewerte, Seite 154*.
6. Fügen Sie die Produkte aus der Ablage in die Tabelle der eBay-Angebote ein.
7. Kontrollieren Sie die Werte in den Angebotsdetails und passen sie entsprechend an.
8. Lassen Sie das Angebot von eBay prüfen.
9. Senden Sie das Angebot zu eBay.
10. Aktualisieren Sie alle Angebote in der Tabelle.
11. Wenn der Kunde bei eBay bezahlt hat, wird aus dem Angebot eine Bestellung erzeugt, die im Punkt **Bestellungen** zu sehen ist.

Angebote

Seite: Marketing » eBay » Angebote

In der Tabelle sehen Sie alle Ihre eBay-Angebote mit aktuellem Status.

Um das Angebot bei eBay aufzurufen, klicken Sie auf die Artikelnummer.

In der Spalte *Gebot* der Angebotstabelle sehen Sie das aktuelle Gebot für das Produkt und wie viele Bieter ein Angebot abgegeben haben. Sollten Sie mehrere Produkte zum Kauf anbieten, sehen Sie in Klammern, auf wie viele der angebotenen Produkte geboten wurde.

Der Farbbalken in der Spalte *Gebot* zeigt das Verhältnis des Angebotspreises zum Verkaufspreis im Shop an. Ein Pfeil markiert den aktuellen Stand. Dabei haben die Farbbereiche folgende Bedeutung:

Tabelle 13: Farbbereiche für Angebotspreis

Farbe	Bedeutung
Rot	Angebotspreis liegt unter dem Preis im Shop
Gelb	Angebotspreis liegt im Bereich des Preises im Shop
Grün	Angebotspreis liegt über dem Preis im Shop

Folgende besondere Stapelverarbeitungsaktionen können Sie ausführen:

Tabelle 14: Besondere Stapelverarbeitungsaktionen für eBay-Angebote

Aktion	Bemerkung
Duplizieren	Beim Duplizieren von laufenden und beendeten Angeboten wird das neue Angebot im Ausgangszustand angelegt.
Wiederholung erstellen	Kopien eines Angebots können in zeitlich festgelegten Intervallen automatisch nacheinander gestartet werden. Das Ausgangsangebot muss als geplantes Angebot mit festgelegtem Startzeitpunkt definiert sein. Im ersten Schritt wählen Sie das Ausgangsangebot und starten die Aktion. Im zweiten Schritt definieren Sie die Wiederholungsintervalle. Dabei geben Sie an, in welchen Zeitabständen und wie oft das Angebot eingestellt werden soll. Führen Sie die Aktion mit Erstellen aus. Ist das Produkt nicht verfügbar und ist in den Produkteinstellungen die Option <i>kann nicht zum Warenkorb hinzugefügt werden</i> oder <i>wird es nicht sichtbar geschaltet</i> aktiv, dann kann das Angebot nicht automatisch zu eBay hochgeladen werden.
Überprüfen	Es können nur solche Angebote überprüft werden, die nicht bereits bei eBay laufen oder schon abgeschlossen sind. Angebote, die noch nicht geprüft wurden, können nicht bei eBay eingestellt werden.
Zu eBay senden	Die ausgewählten Angebote werden sofort bei eBay eingestellt, unabhängig von einer eventuellen Zeitplanung. Voraussetzung ist eine erfolgreiche Überprüfung des Angebots.
Löschen	Angebote, die bei eBay laufen beziehungsweise beendet sind, werden nur aus der Tabelle entfernt, aber nicht bei eBay gelöscht.
Alle Angebote aktualisieren	Abfragen des aktuellen Status aller Angebote bei eBay

Sie können ein neues Angebot mit dem Erstellen auch sofort bei eBay einstellen. Markieren Sie das Kontrollkästchen *Sofort als Angebot zu eBay senden*, bevor Sie den neuen Eintrag abspeichern oder das Angebot aus der Ablage übernehmen. Das Angebot wird geprüft und zu eBay gesendet. Für neue Angebote werden die Vorgabewerte verwendet, siehe *Vorgabewerte*, Seite 154.

Alternativ ist es auch möglich, direkt von einem Produkt aus ein neues Angebot zu erstellen. Siehe dazu *eBay, Seite 82*.

Um die Details eines Angebots aufzurufen, klicken Sie auf den Namen. Solange das Angebot noch nicht zu eBay gesendet wurde, können Sie die Details noch bearbeiten. Siehe dazu *Angebotseinstellungen / eBay-Assistent, unten*. Wenn ein Angebot bei eBay läuft oder beendet ist, werden die Details in einer Übersicht angezeigt und können nicht mehr geändert werden. In den Angebotsdetails gibt es eine zusätzliche Karteikarte **Bestellungen**. Hier werden die zu diesem Angebot gehörigen Bestellungen angezeigt. Die Tabelle entspricht in Aufbau und Funktionen der Tabelle für alle eBay-Bestellungen. Siehe dazu *Bestellungen, Seite 155*.

Angebotseinstellungen / eBay-Assistent

Seite: Marketing » eBay » Angebote » [angebot]

Der eBay-Assistent hilft Ihnen bei der Erstellung, Bearbeitung, Prüfung und Übertragung eines eBay-Angebots.

Außer den Produktdaten, die aus dem Shop übernommen werden, sind alle anderen Parameter eBay-spezifisch.

Der Assistent umfasst mehrere Schritte, die sowohl nacheinander als auch in beliebiger Reihenfolge abgearbeitet werden können.

Achtung: Um erfasste oder geänderte Daten der einzelnen Seiten zu speichern, müssen Sie die Seite über **Weiter>>** oder **<<Zurück** wechseln. Nur in diesem Fall werden die Daten gesichert. Wechseln Sie die Seiten mit Hilfe der Links der Karteikartenüberschriften, werden Änderungen **nicht** gespeichert. Das gilt auch, wenn Sie den Assistent komplett verlassen, ohne Änderungen mit **Weiter>>** oder **<<Zurück** bestätigt zu haben.

Klicken Sie in der Tabelle mit den eBay-Angeboten auf den Namen eines Angebotes, um den Assistenten aufzurufen.

Titel

Durch die Auswahl des eBay-Kontos entscheiden Sie, auf welcher eBay-Plattform das Angebot platziert wird. Siehe dazu *eBay-Konten, Seite 66*.

Achtung: Beim Wechsel des eBay-Kontos gehen die Einstellungen für Zahlung und Versand verloren, da diese von der jeweiligen Länderplattform abhängig sind und beim Wechsel neu eingelesen werden.

Der Untertitel enthält die Kurzbeschreibung des Angebots und wird auf der eBay-Seite und in der Galerie direkt unter dem Angebotsnamen angezeigt.

Die Beschreibung enthält die Angebotsbeschreibung, die den eBay-Bietern angezeigt wird.

Hinweis: Aus Sicherheitsgründen schränkt eBay die Verwendung von aktiven Seiteninhalten wie JavaScript oder Flash ein. Verwenden Sie solche Elemente in der Beschreibung, kann es sein, dass Ihre Seiten bei eBay nicht entsprechend angezeigt werden.

Die Vorlage bestimmt die Präsentation Ihres Produktes auf der eBay-Seite. Die Auswahlliste der Vorlagen definieren Sie in den eBay-Einstellungen, siehe *Vorlagen, Seite 67*. Um eine Vorlage für das aktuelle Angebot zu übernehmen, markieren Sie diese im Auswahlfeld *Vorlage* und klicken Sie **Vorlage laden**.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Weiter>>**.

Kategorie

Jedes Angebot muss mindestens einer spezifischen eBay-Kategorie zugeordnet werden. Für die Kategoriezuordnung haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Tragen Sie die Kategoriennummer direkt in das Feld *Kategorie 1* ein.
- Wählen Sie die Kategorie aus dem Auswahlfeld *Zuletzt gewählte Kategorien*. Nach der Auswahl wird die Nummer in das Feld *Kategorie 1* übernommen.
- Wählen Sie eine Kategorie aus der Katalogstruktur. Sie können nur die Kategorien auswählen, für die in der Spalte *Auswahl* ein Optionsfeld angezeigt wird. Klicken Sie auf die entsprechende Kategorie. Das Optionsfeld wird markiert und die Nummer in das Feld *Kategorie 1* übernommen.

Sie können das Angebot noch einer weiteren Kategorie zuordnen. Pro Kategorie gibt es ein Eingabefeld. Das Vorgehen ist analog zur ersten Kategorie. Das jeweils aktive Eingabefeld ist durch einen Pfeil gekennzeichnet.

Falls Sie einen eBay-Shop besitzen, können Sie das Angebot zusätzlich in zwei Ihrer eBay-Shop-Kategorien einordnen. Wählen Sie diese Zielkategorien aus den Auswahlfeldern unter *Kategorien in Ihrem eBay Shop*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Weiter>>** oder **<<Zurück**.

Details

Hier definieren Sie Einstellungen, die sich auf den Ablauf des Angebotes auswirken. Es sind die gleichen Einstellungen, die Sie auch bearbeiten, wenn Sie ein Angebot direkt bei eBay einstellen.

Informieren Sie sich bei eBay über Anwendung, Funktion und eventuelle Kosten der einzelnen Parameter.

Hinweis: Wenn Sie die Option *Rückgabe akzeptieren* auf *ja* setzen, geben Sie in der Angebotsbeschreibung die Bedingungen an, unter denen Sie eine Rückgabe akzeptieren.

Je nach ausgewählter Kategorie werden noch bestimmte Produkteigenschaften angezeigt, die Sie ausfüllen können. Nutzen Sie dies, damit Ihr Angebot bei eBay besser gefunden werden kann.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Weiter>>** oder **<<Zurück**.

Layout

Hier definieren Sie Einstellungen, die sich auf die Präsentation des Angebotes auswirken. Informieren Sie sich bei eBay über Anwendung, Funktion und eventuelle Kosten der einzelnen Parameter.

In den Auswahlfeldern zu den Bildarten sind alle Bilder aufgelistet, die Sie zu dem Produkt verfügbar haben. Siehe dazu auch *Produktdetails - Bilder, Seite 74*. Die Adresse des Bildes wird automatisch in das dazugehörige Eingabefeld übernommen. Wollen Sie ein Bild verlinken, welches nicht im Auswahlfeld aufgelistet ist, geben Sie die Adresse der Bilddatei in das Eingabefeld ein.

Sie können jederzeit kontrollieren, ob das Bild auch zur Verfügung steht, indem Sie auf **Vorschau** klicken.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Weiter>>** oder **<<Zurück**.

Versand

Hier definieren Sie die Versandmethoden, die Sie Ihren eBay-Kunden anbieten wollen. Jede eBay-Länderplattform stellt bestimmte Versandmethoden zur Verfügung, die in den Auswahlfeldern aufgelistet sind.

Es gibt eine Liste für den Versand im Inland und eine Tabelle für den internationalen Versand. Für den inländischen Versand können maximal drei Versandmethoden ausgewählt werden.

Wählen Sie jeweils eine Methode aus und vergeben einen Preis für diese. Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Es steht jeweils eine universelle Methode zur Auswahl, die auf die Beschreibung des Angebots verweist. Verwenden Sie diese, falls keine der vorgegebenen Methoden für Sie zutrifft. Beachten Sie, dass Sie auch hier einen Preis angeben müssen.

Wählen Sie keine Versandmethode, verweist eBay im Angebot automatisch auf die Beschreibung oder auf den Kontakt zu Ihnen als Verkäufer.

Wechseln Sie die Seite mit **Weiter>>** oder **<<Zurück**, oder klicken Sie auf eine der Karteikartenüberschriften.

Zahlung

Hier definieren Sie die Zahlungsmethoden, die Sie Ihren eBay-Kunden anbieten wollen. Jede eBay-Länderplattform stellt bestimmte Zahlungsmethoden zur Verfügung, die im Auswahlfeld aufgelistet sind.

Wählen Sie jeweils eine Methode und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**. Sie müssen mindestens eine Methode angeben. Es steht eine universelle Methode zur Auswahl, die auf die Beschreibung des Angebots verweist. Verwenden Sie diese, falls keine der vorgegebenen Methoden für Sie zutrifft.

Für bestimmte Angebote ist die Auswahl der Zahlungsmethode *PayPal* Pflicht. In diesem Fall werden Sie bei der Überprüfung des Angebotes darauf hingewiesen.

Wechseln Sie die Seite mit **Weiter>>** oder **<<Zurück**, oder klicken Sie auf eine der Karteikartenüberschriften.

Überprüfung

Der letzte Schritt des eBay-Assistenten ist die Überprüfung aller Einstellungen. Nur wenn alle Eingaben korrekt sind, kann das Angebot bei eBay eingestellt werden.

Klicken Sie auf die Schaltfläche **Überprüfen** oder **Planung aktivieren**, um die Überprüfung zu starten. Sind alle Angaben korrekt, werden Ihnen die Kosten für das Angebot angezeigt. Über *Zu eBay senden* oder *Sofort zu eBay senden* können Sie das Angebot dann bei eBay einstellen. Zeitlich geplanten Angebote werden zur angegebenen Startzeit bei eBay eingestellt.

Sobald ein Angebot bei eBay gestartet ist, sind die Parameter nicht mehr veränderbar.

Vorgabewerte

Seite: Marketing » eBay » Vorgabewerte

Die Einstellungen für ein Angebot sind umfangreich und viele Parameter sind für die meisten Angebote gleich. Daher haben Sie die Möglichkeit, diese Parameter voreinzustellen, um sie nicht bei jedem Angebot neu eingeben zu müssen.

Auf der Seite sehen Sie im Überblick alle Vorgabewerte. Die angezeigten Bereiche entsprechen den einzelnen Schritten im eBay-Assistenten.

Diese Vorgabewerte können Sie jederzeit ändern. Klicken Sie dazu auf den Link **Vorgabewerte bearbeiten**. Sie werden direkt auf die entsprechende Seite des eBay-Assistenten geleitet. Lesen Sie dazu *Angebotseinstellungen / eBay-Assistent, Seite 152*.

Änderungen der Vorgabewerte werden nur für die Produkte wirksam, die nach den Änderungen in die Liste der eBay-Angebote aufgenommen werden.

Bestellungen

Seite: Marketing » eBay » Bestellungen

Sobald ein Bieter Ihr Angebot ersteigert oder gekauft hat, wird dieses Angebot als abgeschlossen markiert und in die Tabelle der eBay-Bestellungen eingetragen.

Die einzelnen Spalten haben folgende Bedeutung:

Tabelle 15: Spalten der Tabelle mit eBay-Bestellungen

Spaltenname	Bemerkung
Angebot	Ausgangsangebot für die Bestellung, Symbol zeigt die eBay-Plattform an
Nutzerkonto	eBay-Benutzer, der das Angebot ersteigert hat Durch Klicken auf das Symbol  können Sie eine E-Mail an seine eBay-E-Mail-Adresse senden.
Preis	Preis, zu dem das Angebot ersteigert oder gekauft wurde
Kunde	Name des Bieters in der Kundenverwaltung des Shops; Jeder Kunde, für den erstmals Daten von eBay übertragen werden, wird als nicht registrierter Kunde angelegt. Dabei wird auch die eBay-E-Mail-Adresse gespeichert. Bei späteren Datenübertragungen wird der Kunde über diese E-Mail-Adresse identifiziert und alle eBay-Bestellungen für diesen Kunden werden zusammengefasst.
Bestellung	Bestellnummer, wenn Angebot abgeschlossen wurde; Anderenfalls Hinweis, dass Abschluss durch Kunden noch aussteht
Bewertung	Anzeige der für dieses Angebot vergebenen Bewertung. Siehe dazu <i>Allgemeine Einstellungen, Seite 66</i> .

Bestellungen, deren Abschluss durch den Kunden länger als 3 Tage aussteht, werden in der Spalte *Bestellung* zusätzlich mit dem Symbol  gekennzeichnet. In einem solchen Fall können Sie die Kunden per E-Mail an den Abschluss erinnern. Nutzen Sie dazu die entsprechende Stapelverarbeitungsaktion.

Folgende Stapelverarbeitungsaktionen können Sie ausführen:

Tabelle 16: Stapelverarbeitungsaktionen für eBay-Bestellungen

Aktion	Bemerkung
Bewertung senden	In die Felder <i>Bewertung</i> und <i>Bewertungstext</i> sind die Vorgabewerte aus den eBay-Einstellungen, siehe <i>Allgemeine Einstellungen, Seite 66</i> voreingestellt. Bei Bedarf können Sie die Eintragungen ändern. Mit der Aktion versenden Sie die eingetragenen Bewertungsdaten für alle markieren Angebote.
Aufforderungs-E-Mail erneut senden	Nach Ende des Angebotes erhält der Käufer eine automatisch generierte E-Mail mit dem Hinweis, die Zahlung durchzuführen und das Angebot damit abzuschließen. Siehe dazu auch siehe <i>Benachrichtigungs-E-Mail einrichten, Seite 66</i> . Über die Aktion können Sie diese E-Mail nochmals an Kunden versenden, die den Abschluss noch nicht durchgeführt haben.

Hinweis: Sie können für jedes Angebot nur einmal eine Bewertung abgeben. Eine Korrektur durch Senden einer zweiten Bewertung ist nicht möglich! Sie als Verkäufer können Käufer nur positiv bewerten.

Nach der Bezahlung durch den Kunden bei eBay wird eine entsprechende Bestellung angelegt. Diese können Sie im Punkt **Bestellungen** anzeigen und bearbeiten. eBay-Bestellungen sind in der Liste aller Bestellungen durch das eBay-Symbol gekennzeichnet.

13. Glossar

Administrationsebene	Alle Seiten, die dem Administrator nach dem Anmelden zur Verfügung stehen, um seine Aufgaben zu erfüllen.
Administrationsseite	Seite nach dem Anmelden, in der alle Funktionen ausgeführt werden. Auf dieser Seite können Sie alle notwendigen Funktionen aufrufen. Hier sind die Menü- und Seitenleisten und der Arbeitsbereich eingebettet.
Administrator	Betreiber einer Webseite. Über diese Webseite kann der Administrator Inhalte, aber auch Produkte und Dienstleistungen anbieten. Die verfügbaren Funktionen werden über den ausgewählten Webseitentyp bereitgestellt. Darüber hinaus hat er umfangreiche Möglichkeiten Design und Layout anzupassen.
Anmelden / Anmeldung	Vorgang, um durch Eingabe von Benutzername und Kennwort Zugang zu einer Anwendung zu erhalten. Oft wird auch die Kombination aus Benutzername und Kennwort selbst als Login bezeichnet.
Arbeitsbereich	Teil der Administrationsseite in dem die Daten und Tabellen angezeigt und bearbeitet werden. Der Inhalt ist abhängig von der über das Menü ausgewählten Funktion.
Attribut	Frei definierbare Beschreibung für ein Produkt oder Kunden. Mit Hilfe von Attributen werden Eigenschaften definiert, zum Beispiel Preise, Abmessungen, Farben etc.
Attributtypen	Für Variable kann man verschieden Arten (Typen) definieren. Vom Typ einer Variablen hängt ab, wie sie vom System verarbeitet wird. Siehe dazu <i>Attributtypen, Seite 24</i> .
Bezeichner	Eindeutige Identifikation für ein Datenelement (Produkt, Kunde, Attribut etc.). Dieser Bezeichner wird in der Datenbank verwendet, ist nicht identisch mit dem Namen, der auf der Webseite angezeigt wird. Weiterhin dienen die Bezeichner beim Exportieren und Importieren dazu, um Daten eindeutig zuzuordnen und Objekte in mehreren Sprachen pflegen zu können.
Cookie	Kleine Datei mit Textinformationen, die von einem Web-Server an den Browser übertragen wird. Diese Information wird auf der Festplatte gespeichert und kann wieder abgefragt werden. Cookies sind oft notwendig für Internetanwendungen. Siehe auch <i>Sitzungscookies</i> .
Duplizieren	Anfertigen einer 1:1-Kopie, mit Ausnahme des Bezeichners. Hilfreich zum Beispiel bei der Anlage von Produkten, wenn ein Ausgangsprodukt existiert, von dem ein Großteil der Attribute übernommen werden kann.
Eingabefeld	Feld in Formularen, in dem Nutzereingaben erwartet werden.
Favorit	Seite, die immer wieder gebraucht und aufgerufen wird. Diese wird als Link in einem speziellen Ordner abgelegt, und ist dadurch mit nur einem Klick aufzurufen.

Feststellaste	Taste, welche die Großschreibung ständig einschaltet. Ausschalten durch erneuten Tastendruck. Die Aktivierung der Taste wird meist durch ein Lichtsignal auf der Tastatur angezeigt.
FTP	File Transfer Protokoll; FTP ist ein Protokoll zur Dateiübertragung über Netzwerke. Es wird benutzt, um Dateien zwischen verschiedenen Computern zu übertragen, unabhängig von Betriebssystem und Standort.
Händler	Der Händler ist ein Administrator, welcher Produkte online verkauft. Webseite und Administration stellen dafür die zusätzlichen Funktionen zur Verfügung.
HTML	(Hyper Text Markup Language) Quellcode für Webseiten, der bestimmt, wie die Inhalte zur Anzeige gebracht werden. Einzelne HTML-Formatanweisungen nennt man HTML-Tag.
Katalog	Dieser Begriff beschreibt den Gesamtbestand aller Produkte. Dieser Katalog ist das Äquivalent zu einem Versandhauskatalog. Mit Hilfe von Kategorien werden strukturierte Hierarchien aufgebaut.
Kategorie	Untergruppe eines Kataloges; Kategorien fungieren als Container für Produktgruppen, zum Beispiel Computer, Büromaterial, Schuhe.
Untermenü	Menü, bei dem sich auf Grund des gewählten Aufgabenbereiches der funktionelle Inhalt ändert.
Kontrollkästchen	Feld in Formularen, das durch Anklicken mit der Maus markiert oder demarkiert wird. Es wird verwendet, um eine Auswahl zu treffen.
Kurzinfo	Kurzer Informationstext, der angezeigt wird, wenn man die Maus über bestimmte funktionelle Bereiche fährt. Dies sind oft Symbole neben Eingabefeldern.
Link	Verknüpfung zu einer anderen Internetseite oder zu einem Dokument.
Lokalisierung	Vorbereiten der Daten und Inhalte einer Webseite für die Anzeige in einer anderen Sprache. Manche Attribute sind lokalisierbar, das heißt Sie können für diese Attribute für verschiedenen Sprachen verschiedene Werte erfassen. Diese werden dann bei der jeweiligen Sprache angezeigt, zum Beispiel Beschreibungen oder Namen.
Multifunktionsleiste	Bereich der Webseite, in dem verschiedene Funktionen zur Inhaltsbearbeitung zur Verfügung stehen. Die zusammengehörigen Funktionen sind in einer Funktionsgruppe zusammengefasst. Siehe dazu <i>Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 96</i> und <i>Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 119</i> .
Name	Name für ein Objekt oder Methode, der sprachabhängig in der Administration und auf der Webseite angezeigt wird. So kann für jede Sprache, in der die Webseite angezeigt wird, ein entsprechend aussagekräftiger Name verwendet werden.
Navigationsleiste	Aktiver Bereich mit Anordnung von Links zur Auswahl von Funktionen.

Navigationsverlauf	Navigationsleiste, die anzeigt, auf welchem Weg man an die aktuelle Position gelangt ist. Die einzelnen Hierarchieebenen werden als Links dargestellt, so dass man sich wieder schrittweise zurückbewegen kann.
Optionsfeld	Feld in Formularen, welches zu einer Entscheidung auffordert; Mit Hilfe der Optionsfelder werden mehrere Möglichkeiten zu Auswahl angeboten, von denen nur eine ausgewählt werden kann.
PangV	Preisangabenverordnung; Hierin wird geregelt, welche Vorschriften ein Händler bezüglich Preisangaben zu beachten hat. Siehe http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/pangv/
Pfad / Dateipfad	Angabe der Position, wo eine Datei auf einem Datenträger abgelegt ist, zum Beispiel c:\WINDOWS\system32\notepad.exe
Pixel	(Bildpunkt) Ein Pixel ist die kleinste Grafikeinheit, die ein Computer darstellen kann.
Provider	Provider stellen hard- und softwaretechnische Voraussetzungen zur Verfügung, meist wird auch Beratung angeboten
Referenzeinheit	Basismengeneinheit, um Produkte durch Rückrechnung des Preises auf diese Basis besser vergleichen zu können. Siehe dazu <i>Referenzeinheit</i> , Seite 73.
Schaltfläche	(engl. Button) Funktionsbereiche auf Seiten, mit denen Aktionen ausgelöst werden; Meist graphisch so gestaltet, dass sie wie Tasten aussehen
Seitenelement	Seitenelemente sind Funktionen oder funktionelle Bereiche, welche Sie auf Ihrer Webseite platzieren und per Drag & Drop verschieben können. Auf die Die Seitenelemente platzieren Sie in der Schnellgestaltung oder in der erweiterten Gestaltung. Beispiele für Seitenelement: - <i>Baumansicht der Seiten als Box</i> - <i>Anmeldung</i> - <i>Verknüpfung zur Startseite</i> - <i>Länderauswahl über Flaggen</i>
Shop	Webseite, welche alle Funktionen bietet, Produkte online zu verkaufen. Der Händler kann damit seinen Internet-Vertriebskanal aufbauen.
Shoptypen	Produkt des Providers, das er an Händler/Shopbetreiber verkauft oder vermietet. Jeder Shoptyp wird mit fest definiertem Funktionsumfang und zu unterschiedlichen Preisen angeboten. Die Shoptypen sind die Basis für die Shops, die sich die Händler auswählen.
Sichtbarkeit	Status von Daten, der festlegt, ob diese Daten auf der Webseite von Kunden gesehen werden oder nicht.
Sitzungscookies	Ein Sitzungscookie ist eine kleine Textinformation, die beim Aufruf bestimmter Internetseiten (Beginn der Sitzung) in den Speicher des Browsers geschrieben wird. Über diesen Sitzungscookie werden Sie berechtigt, alle Funktionen der Webseite zu nutzen. Nach dem Abmelden oder Schließen des Browsers (Ende der Sitzung) wird der Sitzungscookie gelöscht.

Stapelverarbeitung	Aktion, die sich auf mehrere Elemente auf einmal bezieht; Diese Möglichkeit wird in Tabellen angeboten, wo mehrere gleiche Aktionen zu einer Mehrfach- oder Stapelaktion zusammengefasst werden können, z. B. das Löschen von mehreren Tabellenzeilen auf einmal.
Textfeld	Eingabefeld in Formularen, welches große Textmengen aufnehmen kann. Es ist für die Erfassung von Beschreibungen oder anderen Informationen gedacht. Textfelder können mit einem WYSIWYG-Editor bearbeitet werden. Siehe dazu <i>Bearbeitung von Textfeldern, Seite 27</i> .
Upload	Wenn man Dateien oder Seiten im Internet veröffentlichen will, muss man diese auf einen Server-Rechner kopieren. Diesen Kopiervorgang (vom heimischen Rechner auf ein fremden Computer) nennt man Upload.
URL	Abkürzung für Uniform Resource Locator, die eindeutige Internetadresse einer Webseite. Die URL wird verwendet, um die Seite im Browser aufzurufen.
Variable	Variablen sind Platzhalter für konkrete Werte, die erst zur Laufzeit vom Anwender oder Programm eingegeben werden.
Voreinstellung	Status von Attributen; Ist der Status gesetzt, wird das Attribut oder der Wert als Standardwert benutzt bis der Benutzer eine andere Auswahl trifft.
Währungsformat	Währungsabhängiges Format von Preisangaben. Das System formatiert die Preise entsprechend der eingestellten Währung.
Webseite	Internetapplikation, die alle Funktionen in sich trägt, Inhalte, Produkte oder Dienstleistungen anzubieten. Bei dieser Applikation wird die Webseite auf Basis eines vordefinierten Typs generiert, den der Provider definiert hat. Innerhalb der Administration können Layout und Design angepasst und die Inhalte gepflegt werden.

14. Index

A		<i>Alternativangebote</i>	81
Abhängigkeiten	56	<i>Ergänzungsprodukte</i>	81
Ablage	18	<i>Referenzen</i>	81
Administrationsnavigation	17	<i>Zubehör</i>	80
Administratordaten	37	D	
Adresse	41	Datenblattansicht	
Alternativangebote	81	<i>Allgemein</i>	97
Amazon	148	<i>Bilder</i>	99
Anfrage zum Produkt	143	<i>Produkte</i>	99
Ansichten der Webseite	20	<i>Seiten</i>	98
Arbeitsbereich	18	Design bearbeiten	118
Atos Worldline		Download-Produkte	
<i>Transaktionen</i>	55	<i>Downloads</i>	72
Atos Worldline	54	E	
Attributtypen	24	eBay	82, 150
<i>Datei</i>	25	<i>Angebote</i>	151
<i>Datum</i>	25	<i>Authentifizierung</i>	67
<i>Datum und Zeit</i>	25	<i>Bestellungen</i>	155
<i>Ganze Zahl</i>	24	<i>Einstellungen</i>	66
<i>Geld</i>	25	<i>Konten</i>	66
<i>ja/nein</i>	24	<i>Vorgabewerte</i>	154
<i>Kommazahl</i>	24	<i>Vorlagen</i>	67
<i>Kundenoptionen</i>	24	Eigene Styles	125
<i>Optionen</i>	24	Einrichtungsassistent	34
<i>Sprachabh. Datei</i>	25	Einstellungen	39
<i>Sprachabh. Text mit Werteauswahl</i>	24	Einstellungen für Bestelldokumente	68
<i>Sprachabhängige Optionen</i>	24	E-Mail-Einstellungen	61
<i>Sprachabhängiger Text</i>	24	<i>Aufbau System-E-Mail</i>	62
<i>Text</i>	24	<i>Ereignisse</i>	62
<i>Text mit Werteauswahl</i>	24	E-Mail-Ereignisse	
<i>Zeit</i>	25	<i>Sonderfälle</i>	62
Auslastung	40	Ergänzungsprodukte	81
B		Erzeugen der UPS-Kontrollnummer	132
Benutzerverwaltung	41	etracker-Statistiken	143
<i>Anmeldung</i>	43	<i>Anmeldung</i>	143
<i>Registrierung</i>	42	<i>Konto einrichten</i>	143
Bestellungen	129	<i>Registrierungsdaten</i>	144
<i>Bearbeitungsmodus</i>	130	<i>Seiten</i>	144
<i>Details</i>	129	<i>Suchmaschinen-Auswertung</i>	144
<i>Details bearbeiten</i>	130	Export	32
<i>Dokumente</i>	130	<i>Kategorien</i>	107
<i>UPS-Lieferschein</i>	131	<i>Kundenexport</i>	92
<i>Warenkorbeinstellungen</i>	63	<i>Produktexport</i>	86
Bestellungsverfolgung	132	F	
Bilder	29	Favoriten	19
BMECat-Import	87	G	
Buchungen	113	Geschäftszeiten	41
Buchungssystem	109	Gestaltung	115
C		<i>Navigation</i>	123
ClickandBuy	54		
Cross-Selling	80, 81		

Index

Gestaltungsgrundlagen	115	M	
Google		Marketing	135
<i>Transaktionen</i>	54	Moneybookers	55
Google Base	148	Multifunktionsleiste und Gestaltung	119
Google Checkout	53	N	
Google-Registrierung	149	Newsletter	137
Gutscheine	140	<i>Abonnement</i>	137
H		<i>Allgemeine Details</i>	138
Hilfe	20	<i>Anhang</i>	139
Hochladen von Bildern	29	<i>Empfänger</i>	140
Horizontale Bereiche	117	<i>Inhalt erstellen</i>	139
HSBC	55	Newsletter-Kampagnen	135
<i>Transaktionen</i>	55	<i>Adressaten</i>	136
I		<i>Adressaten-Import</i>	137
Import	32, 33	<i>Allgemeine Details</i>	136
<i>Kategorien</i>	107	<i>Neu anlegen</i>	135
<i>Kundentimport</i>	92	<i>Newsletter anlegen</i>	135
<i>Produktimport</i>	86	<i>Texte</i>	135
Importdatei	33	O	
Inhaltsbereich	117	Optionen	
K		<i>Verwendung</i>	26
Kategorien	95	Order-Tracking	132
<i>AGB</i>	103	P	
<i>Datenschutzerklärung</i>	104	PayPal- Express	
<i>Impressum</i>	103	<i>Transaktionen</i>	53
<i>Kategorie</i>	102	PayPal Express Checkout	53
<i>Kundeninformationen</i>	103	PayPal Pro	
<i>Redaktionelle Seite</i>	102	<i>Transaktionen</i>	52
Kelkoo	147	PayPal Pro (Payflow Edition)	52
Kunden	89	PayPal Standard	52
<i>Adressdaten</i>	89	Portale	82
<i>Anmeldung</i>	90	Preise	78, 79, 80
<i>Benutzerdaten</i>	90	Preislisten	84
<i>Bestellungen</i>	91	<i>Details</i>	84
<i>Datenabgleich</i>	91	<i>Erweiterte Einstellungen</i>	84
<i>Kundenattribute</i>	92	<i>Kunden</i>	85
<i>Kundengruppen</i>	91	<i>Warenkorbrabatt</i>	85
<i>Kundenkonto</i>	89	Produktbewertung	85
<i>Lieferadresse</i>	90	Produkt-Bundles	70
<i>Neue Bestellung</i>	91	<i>Bundle-Produkte</i>	71
<i>Rechnungsadresse</i>	90	Produkte	69
<i>spezielle Attribute</i>	90	<i>Beschreibung</i>	73
Kundendaten	89	<i>Beschreibung</i>	74
L		<i>Bilder</i>	74
Ladezeiten	40	<i>Download-Produkt anlegen</i>	72
Ländereinstellungen	58	<i>Einzelprodukt anlegen</i>	69
<i>Länder</i>	60	<i>Kategorie</i>	76
<i>Regionen</i>	60	<i>Lager</i>	73
<i>Sprachen</i>	58	<i>Mengenrabatt</i>	79
<i>Währungen</i>	59	<i>Neu anlegen</i>	69
Löschen		<i>Preise</i>	78
<i>Sicherheitsabfrage</i>	37	<i>Produkt mit Variationen anlegen</i>	70
		<i>Produkt-Bundle anlegen</i>	70

<i>Rabattberechnung</i>	80	<i>Bearbeiten von Einträgen</i>	21
<i>spezielle Attribute</i>	74	<i>Hinzufügen von Einträgen</i>	21
<i>Staffelpreise</i>	79	<i>Löschen von Einträgen</i>	21
<i>Suche</i>	88	<i>Markieren in Tabellen</i>	22
<i>Variationen</i>	76	<i>Sortieren per Sortierschlüssel</i>	22
<i>Vergleichspreis</i>	73	<i>Stapelverarbeitung in Tabellen</i>	22
<i>Versandangaben</i>	74	Tabellen	21
<i>Werterabatt</i>	80	Text mit Werteauswahl	
Produkteinstellungen	64	<i>Verwendung</i>	25
<i>Auto Cross-Selling</i>	65	Textfelder	27
<i>Lagerbestandsoptionen</i>	64	<i>WYSIWYG-Editor</i>	27
<i>Produktvergleich</i>	65	T-Pay	51
<i>Texte</i>	65	<i>Transaktionen</i>	52
Produktempfehlungen	142	Trusted Shops Zertifizierung	149
Produktportale	82, 145	V	
Produktreferenzen	81	Variationen	76
Produkttypen	82	<i>Cross-Selling</i>	81
<i>Attribute</i>	83	<i>Erweiterung mit Variationsassistent</i>	78
<i>Basisprodukttyp</i>	83	<i>Variationsassistent</i>	77
<i>Darstellung</i>	83	Verlauf	19
<i>Werteauswahl für Attribute</i>	83	Versandmethoden	46
R		<i>Abhängigkeiten</i>	56
Ratenzahlung	57	<i>Anzahl der Produkte im Warenkorb</i>	48
S		<i>Freie Lieferung</i>	46
Saferpay		<i>Freigrenze</i>	47
<i>Transaktionen</i>	56	<i>Gewicht der Produkte im Warenkorb</i>	47
Saferpay	56	<i>Preis des Warenkorbes</i>	47
Seiten		<i>Versand über DHL</i>	48
<i>Aktionsprodukte</i>	102	Versandoptionen	57
<i>Startseite</i>	101	<i>Allgemeine Details</i>	57
<i>Verknüpfung</i>	102	<i>Auswahl</i>	57
Seitenansicht im Browser	119	Vertikale Bereiche	117
Seiten-Cache	39	Voreinstellungen	23
Seitenelement	123	W	
Seitenleiste	18	Währungen	59
Sichtbarkeit	23	<i>Schweizer Franken</i>	60
sofortüberweisung.de	55	Warenkorb	
Sortierschlüssel	22	<i>Aktionen</i>	63
Speichern	20	<i>Einstellungen</i>	63
Sprachabhängigkeit	23	<i>Hinweistexte</i>	63
Status	39	<i>Hinzufügen</i>	63
Steuerberechnung	44	Warenkorbeinstellungen	
Steuergebiete	44	<i>Registrierung</i>	63
Steuerklassen	45	Warenkorbrabatt	85
Steuermatrix	44	Webseitenaktualisierung	40
Steuermodelle	45	WYSIWYG-Editor	27
Styles	125	X	
<i>Vorlagen</i>	127	XML-Sitemap	149
Suche	22, 88	Z	
Suche auf der Webseite	124	Zahlungsmethoden	49
Suchstatistik	85	<i>Kreditkarte, manuell</i>	51
Symbolset	120	<i>Kundengruppen</i>	50
T			
Tabellen			

Index

Ratenzahlung

57

Zubehör

80

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen können jederzeit ohne Benachrichtigung geändert werden.

Dieses Werk ist einschließlich aller seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind ausdrücklich vorbehalten, einschließlich der Rechte auf Vervielfältigung, Reproduktion, Übersetzung, Mikroverfilmung, Speicherung auf elektronischen Medien und Verarbeitung in elektronischer Form.

Alle Firmen-, Produkt- und Markennamen sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der entsprechenden Inhaber.

Copyright © 2010 ePages GmbH. Alle Rechte vorbehalten.