

Handbuch
zum
Erstellen und Verwalten
von
Webseiten und Shops

- Version 6 -

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	11
	Voraussetzungen.....	11
	Zu diesem Handbuch	11
2.	Schnelleinstieg /Erste Schritte	12
3.	Grundlagen	15
	Genereller Seitenaufbau	15
	Administrationsnavigation	15
	Arbeitsbereich.....	16
	Seitenleiste.....	16
	Ablage	16
	Verlauf.....	17
	Favoriten	17
	Sektionen	18
	Hilfe.....	18
	Aktive Schaltfläche "Speichern"	18
	Ansichten der Webseite	18
	Tabellen	19
	Hinzufügen von Datensätzen.....	19
	Bearbeiten von Datensätzen	19
	Löschen von Datensätzen	19
	Markieren in Tabellen	20
	Stapelverarbeitung in Tabellen.....	20
	Sortieren über Sortierschlüssel	20
	Suche	20
	Sprachabhängigkeit.....	21
	Voreinstellungen	21
	Sichtbarkeit	22
	Attributtypen	22
	Verwendung von Text mit Wertauswahl	23
	Verwendung von Optionen	24
	Bearbeitung von Textfeldern	25
	WYSIWYG-Editor	25
	Bild einfügen und bearbeiten.....	25
	Apps und RSS-Feeds einfügen und bearbeiten	26
	RSS-Seiteninhalte.....	26
	Verknüpfung einfügen / Verknüpfung entfernen.....	26
	Anker einfügen	26
	Hochladen von Bildern.....	27
	Farbwähler	27
	Dateiverwaltung	28
	Import und Export.....	29
	Export	29
	Import.....	30
	Bearbeitung von CSV-Dateien mit Microsoft Excel	30
	Kurz-URL	31
	Anlegen der Kurz-URL für alle Seiten.....	31
4.	Administratordaten	33

Sicherheitsabfrage für Löschkaktionen.....	33
5. Einstellungen	35
Allgemeine Einstellungen.....	35
Allgemein.....	35
Präsentation.....	35
Status	35
Erweiterte Einstellungen	35
Seiten-Cache (Cache)	35
Auslastung.....	36
Adresse.....	37
Geschäftszeiten	37
Benutzerverwaltung	37
Benutzer	37
Benutzerdetails – Anmelde­daten	37
Benutzerdetails – Beiträge.....	38
Benutzerdetails – Newsletter	38
Benutzergruppen.....	38
Registrierung.....	38
Anmeldung.....	39
Administratoren	39
Administratordetails – Anmelde­daten.....	39
Administratordetails – Beiträge	39
Steuerberechnung	40
Steuermatrix	40
Steuergebiete.....	40
Zuordnung zu Ländern	40
Steuerklassen	41
Steuermodell	41
Versand	41
Versandmethoden	42
Allgemeine Eigenschaften für Versandmethoden.....	42
Versandmethode mit Freigrenze	43
Versandmethode <i>Preis des Warenkorbes</i>	43
Versandmethode <i>Gewicht der Produkte im Warenkorb</i>	43
Versandmethode <i>Anzahl der Produkte im Warenkorb</i>	43
Versandmethode DHL	44
Abhängigkeiten	45
Versandoptionen	45
Versandoptionen: Details - Allgemein.....	45
Versandoptionen: Details - Auswahl	45
Zahlung.....	46
Zahlungsmethoden.....	46
Allgemeine Eigenschaften für Zahlungsmethoden	47
Zahlungsmethode mit Kreditkarte, manuell	48
Ratenzahlung	48
Ländereinstellungen	49
Sprachen	49
Währungen.....	50
Spezialfall Schweizer Franken	50
Länder	50
Regionen.....	51
Regionen - Details - Allgemein.....	51
E-Mail-Ereignisse.....	52

Warenkorbeinstellungen	52
Warenkorb	52
Texte.....	53
Registrierung.....	53
Produkteinstellungen.....	54
Allgemein.....	54
Verfügbarkeit	54
Auto Cross-Selling	55
Texte.....	55
Produktvergleich	55
Merklisten.....	56
Sucheinstellungen.....	56
Filtersuche.....	56
Suchstatistik.....	57
eBay-Einstellungen.....	58
Allgemeine Einstellungen.....	58
eBay-Konten.....	58
eBay-Konten – Details	59
Vorlagen	59
Einstellungen für Bestelldokumente	60
Texte.....	60
Rechnungen in E-Mails.....	60
6. Produkte	61
Anlegen eines neuen Produktes	61
Anlegen eines Einzelproduktes	62
Anlegen eines Produktes mit Variationen.....	62
Anlegen eines Produkt-Bundles.....	62
Bundle-Produkte	63
Import und Export von Produkt-Bundles.....	63
Hinweise zu Bundles	64
Anlegen eines Download-Produktes	64
Downloads.....	65
Anlegen eines personalisierbaren Produktes	65
Produktdetails – Allgemein	66
Vergleichspreis	66
Referenzeinheit.....	66
Beschreibung.....	66
Lager und Lieferzeitraum	66
Versandangaben	67
Attribute	67
Produktdetails - Bilder.....	67
Produktdetails - Kategorien.....	69
Produktdetails - Variationen.....	69
Variationsassistent.....	70
Erweiterung mit Variationsassistent	71
Produktdetails - Personalisierung.....	72
Produktdetails - Preise.....	73
Mengenrabatt.....	73
Werterabatt.....	74
Rabattberechnung für Produktpreise	75
Produktdetails – Cross-Selling	75
Variationsprodukte und Cross-Selling.....	76

	Produktdetails – Portale	76
	Produktportale	76
	eBay	76
	Produkttypen.....	77
	Import und Export.....	77
	Produkttypdetails	78
	Attribute	78
	Darstellung	78
	Preislisten	79
	Preislisten – Erweiterte Einstellungen.....	79
	Preislistendetails	79
	Warenkorbrabatt	79
	Produktbewertungen	80
	Import und Export.....	80
	Produktsuche in der Administration.....	81
7.	Kunden	83
	Kundendetails – Allgemein	83
	Kundendetails - Benutzerdaten	84
	Datenabgleich	85
	Kundendetails - Bestellungen.....	85
	Kundendetails – Newsletter	85
	Kundengruppen.....	85
	Kundenattribute	86
	Import und Export.....	86
8.	Inhalt / Kategorien	89
	Inhaltsvorschau.....	89
	Multifunktionsleiste und Inhalt	90
	Seitenmodus.....	90
	Funktionsgruppe <i>Aktionen</i>	90
	Funktionsgruppe <i>Darstellung</i>	90
	Funktionsgruppe <i>Sprache</i>	91
	Bearbeitungsmodus	91
	Datenblattansicht.....	91
	Allgemein.....	91
	Seiten	92
	Produkte	93
	Bilder.....	93
	Darstellung	93
	Neue Seite anlegen.....	94
	Seitentypen.....	95
	Startseite	95
	Seite / Kategorie	96
	Redaktionelle Seite	96
	Verknüpfung	96
	Aktionsprodukte.....	96
	Impressum	97
	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	97
	Widerrufsrecht	97
	Datenschutzerklärung.....	98
	Geschäftszeiten	98
	Sitemap	98

	Forum	98
	Themen – Details.....	99
	Blog.....	99
	Beiträge – Details.....	99
	Gästebuch.....	100
	Bildergalerie	100
	Bilder.....	100
	Bildersuche.....	101
	Import und Export.....	101
9.	Buchungssystem	103
	Leistungen	104
	Leistungsdetails.....	104
	Leistungsdetails – Kundenoptionen	104
	Buchungen.....	105
	Buchungen.....	107
	Buchungsdetails.....	107
10.	Gestaltung	109
	Gestaltungsgrundlagen.....	109
	Design bearbeiten	112
	Multifunktionsleiste und Gestaltung.....	113
	Seitenansicht im Browser	113
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	113
	Funktionsgruppe <i>Breite und Abstände</i>	114
	Funktionsgruppe <i>Seitenbereiche</i>	114
	Funktionsgruppe <i>Symbolset</i>	114
	Horizontale Bereiche	114
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	114
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	114
	Funktionsgruppe <i>Seitenelemente</i>	114
	Vertikale Bereiche	116
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	116
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	116
	Funktionsgruppe <i>Seitenelemente</i>	116
	Inhaltsbereich	117
	Funktionsgruppe <i>Bereich</i>	117
	Funktionsgruppe <i>Schrift</i>	117
	Funktionsgruppe <i>Ansicht</i>	117
	Seitenelemente und Navigation.....	117
	Benutzerdefinierte Seitenelemente	119
	Eigene Styles.....	120
	Vorlagen	121
	Schnellgestaltung.....	121
11.	Bestellungen	123
	Bestellungen - Details.....	123
	Bearbeitungsmodus	124
	Dokumente	125
	Dokumentendetails	125
	UPS-Lieferschein	126
	Vorbereitungen.....	126
	Erzeugen der UPS-Kontrollnummer	126
	Aktivieren der Bestellungsverfolgung	127
	Bestellungsverfolgung im Shop	127
	WorldPay-Transaktionen	127

12. Marketing	129
Newsletter-Kampagnen	129
Anlegen einer Newsletter-Kampagne	129
Newsletter-Kampagnen – Details – Allgemein	130
Newsletter-Kampagnen – Details – Adressaten	130
Abonnement über die Webseite.....	131
Newsletter	131
Newsletter-Details – Allgemein	132
Versendedataen	132
Design	132
Inhalt.....	132
Erstellen des Newsletter-Inhaltes	133
Versenden des Newsletters	133
Newsletter-Details – Empfänger	133
Gutscheine	133
Gutscheine - Allgemein	134
Gutscheine - Gültigkeit	134
Gutscheine - Gutschein-Codes	134
Hinweise	135
Anlegen von Gutscheinen	135
Anwendung von Gutscheinen in Newslettern.....	135
Produktempfehlungen	136
Anfragen zum Produkt	136
etracker-Statistiken	136
Allgemein.....	137
etracker-Konto einrichten.....	137
Registrierungsdaten	137
Suchmaschinen-Auswertung	137
Seiten	138
Google Analytics	138
Produktportale	138
Allgemeine Einstellungen.....	139
Produktliste und Export	140
etracker-Auswertung.....	140
Amazon.....	141
Angebotsdetails	141
PriceMinister.....	142
Angebotsdetails	142
Eigene Portale	142
Social Web	143
Wie Sie Ihre Webseite mit Facebook verknüpfen können	143
Wie Sie auf Ihrer Webseite Social Bookmarks verwenden können	144
Google AdWords	144
Trusted Shops Zertifizierung	144
eBay	145
Angebote	145
Angebotseinstellungen / eBay-Assistent	147
Titel	147
Kategorie	147
Details	148
Layout.....	148
Versand	148
Zahlung	149

	Überprüfung.....	149
	Vorgabewerte	149
	Bestellungen	149
13.	Glossar	151
14.	Index	155

1. Einleitung

Voraussetzungen

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

- Internet Explorer ab 9 (Für die Webseitenadministration muss das Google Chrome Frame Plugin installiert werden. Bei Seitenaufruf wird eine entsprechende Meldung angezeigt.)
- Mozilla Firefox ab 4
- Safari 5
- Chrome 5

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 JavaScript
- Verwendung von Sitzungscookies
- Öffnen von Popup-Fenstern
- Ausführung von Flash-Seiteninhalten

Zu diesem 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 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 bzw. E-Mail-Adresse 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 33*.

2. Durchlaufen des Einrichtungsassistenten

Nach der Erstanmeldung werden Sie automatisch in den Einrichtungsassistenten geleitet. Mit seiner Hilfe nehmen Sie alle wichtigen Grundeinstellungen vor.

3. Überprüfen der Seiten

Durch die Themenauswahl im ersten Schritte des Einrichtungsassistenten ist eine Grundstruktur Ihrer Webseite vorgegeben. Rufen Sie **Inhalt / Kategorien » Inhaltsvorschau** 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 89ff*.

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 109* und *Seitenelemente und Navigation, Seite 117*.

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 109*.

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 Menü **Produkte** an, Leistungen im Menü **Buchungssystem**.

Als wichtigste Daten erfassen Sie für ein Produkt *Artikelnummer, 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 61*.

Buchungssystem und Leistungen richten Sie mit Hilfe der Assistenten im Menü **Buchungssystem** ein. Weitere Informationen finden Sie unter *Buchungssystem, Seite 103*.

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 49*
- Versand- und Zahlungsmethoden; siehe dazu *Versand, Seite 41* und *Zahlung, Seite 11*
- E-Mail-Einstellung für den Versand verschiedener Meldungen und Bestätigungen; siehe *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*

Damit haben Sie alle Voraussetzungen geschaffen, um Ihre Webseite betreiben zu können. Einen Überblick über die Einstellmöglichkeiten erhalten Sie in *Einstellungen, Seite 35*.

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:

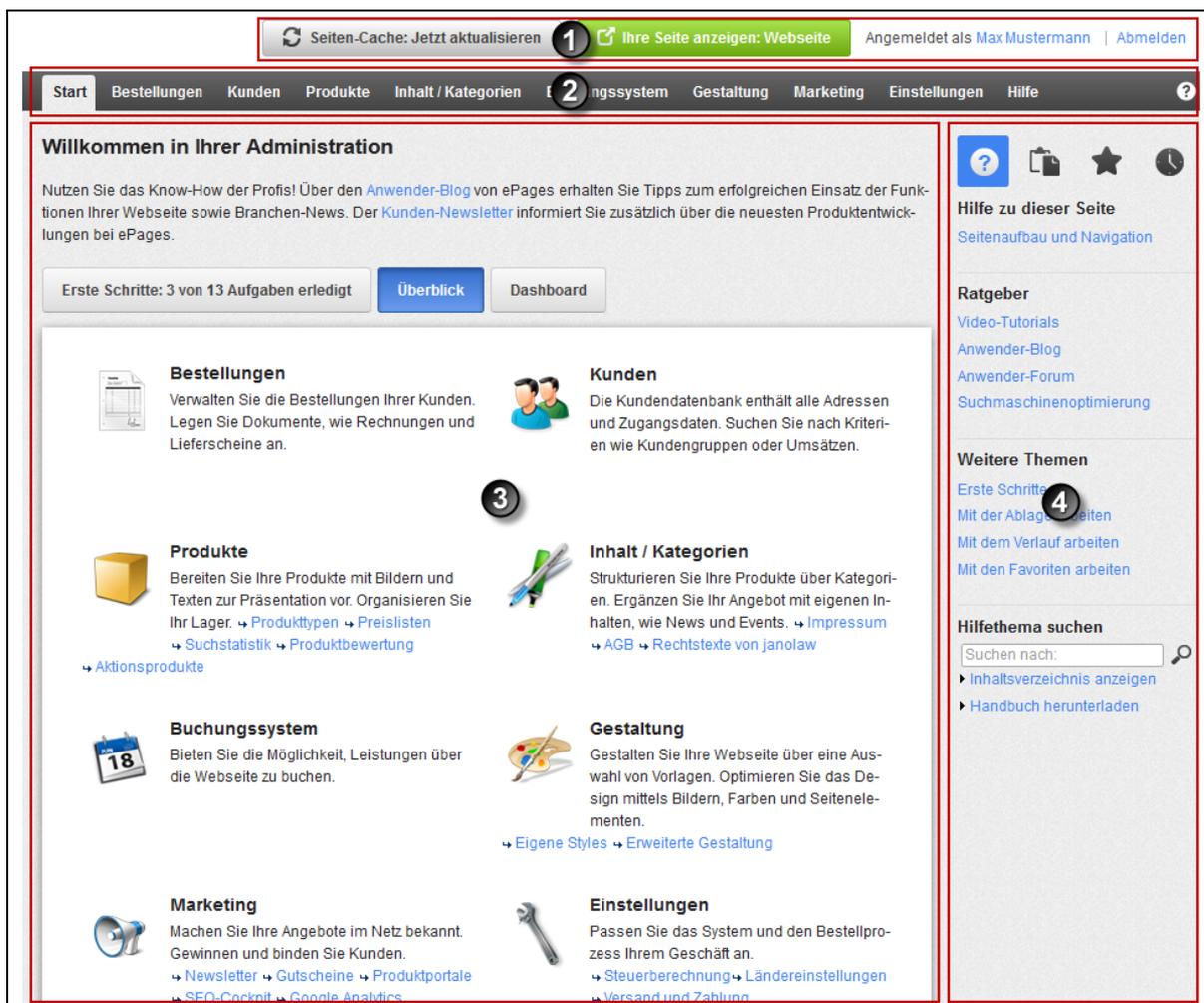


Abbildung 1: Seitenstruktur der Administration

Die Bereiche sind:

- Administrationsnavigation (1), siehe *Administrationsnavigation, unten*
- Menüleiste (2)
- Arbeitsbereich (3), siehe *Arbeitsbereich, Seite 16*
- Seitenleiste (4), siehe *Seitenleiste, Seite 16*

Administrationsnavigation

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

Link zur Webseite

Über den Link **Ihre Seite anzeigen: Webseite** zeigen Sie die aktuelle Seite aus Besuchersicht im Browser an, siehe dazu *Ansichten der Webseite, Seite 18*. 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 35*.

Link Administrator

Über diesen Link mit Ihrem Administratortnamen rufen Sie Benutzerdaten des Administrators auf, siehe *Administratordaten, Seite 33*.

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 18*. 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 18*
- Ablage, siehe *Ablage, unten*
- Favoriten, siehe *Favoriten, Seite 17*
- Verlauf, siehe *Verlauf, Seite 17*

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 33*.

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 20*.

Auf bestimmten Seiten haben Sie die Möglichkeit, mit der Schaltfläche **Elemente hinzufügen** Objekte aus der Ablage zu übernehmen. 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.

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 erster 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*.

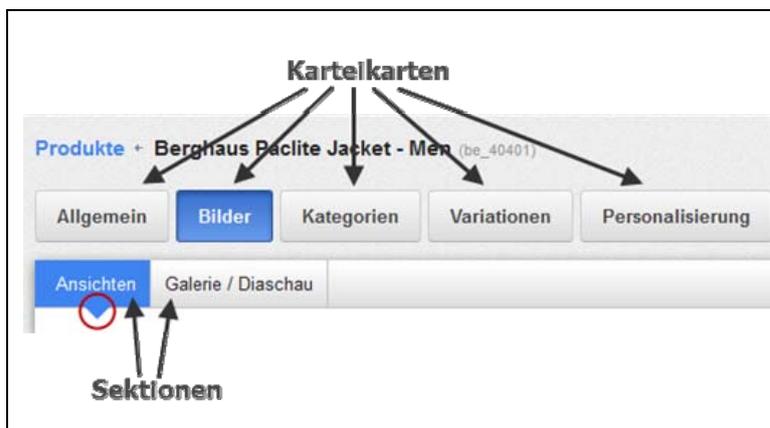


Abbildung 2: Karteikarten und Sektionen

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 Titelleiste des Browsers ein *, so dass 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 15* 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 120*.

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
- **Elemente hinzufügen** über die gleichnamige Schaltfläche
- 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 20*.

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, unten*.

Zur Stapelverarbeitung lesen Sie *Stapelverarbeitung in Tabellen, unten*.

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 oberhalb der jeweiligen Tabelle. Die Symbole der Stapelverarbeitungsaktionen sind ausgegraut, bis Sie einen oder mehrere Einträge markiert haben.

Zum Ausführen gehen Sie wie folgt vor:

1. Markieren Sie die Einträge, auf welche die Aktion angewendet werden soll.
2. Wählen Sie die Aktion.

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 33.

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 49.

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 49 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.

Wenn ein Objekt nicht sichtbar geschaltet ist, kann es trotzdem direkt über die URL der entsprechenden Seite aufgerufen und angezeigt werden.

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, Name oder E-Mail-Adresse. Für Produkte sind das z. B. Artikelnummer 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 23.	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 21 und <i>Verwendung von Text mit Werteauswahl</i> , Seite 23.	Rot / Red Gelb / Yellow Grün / Green
Optionen	Auswahl	Siehe <i>Verwendung von Optionen</i> , Seite 24.	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

Typ	Bedeutung	Anwendung	Beispiel
Kundenoptionen	Auswahl	Hiermit können Sie zu Leistungen Optionen anbieten, welche der Kunde zur jeweiligen Buchung mit auswählen kann. Siehe dazu <i>Leistungsdetails – Kundenoptionen, Seite 104</i> .	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>
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 23:59:59		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.JJJJ 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 Werteauswahl

Die Attributtypen *Text mit Werteauswahl* und *Sprachabhängiger Text mit Werteauswahl* 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 **Werteauswahl**. 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 Werteauswahl*. Zu Kundenattributen lesen Sie *Attribute, Seite 84*. Erfassen Sie in den Attributdetails auf der Karteikarte **Werteauswahl** alle Vorgabewerte wie in *Abbildung 3*.

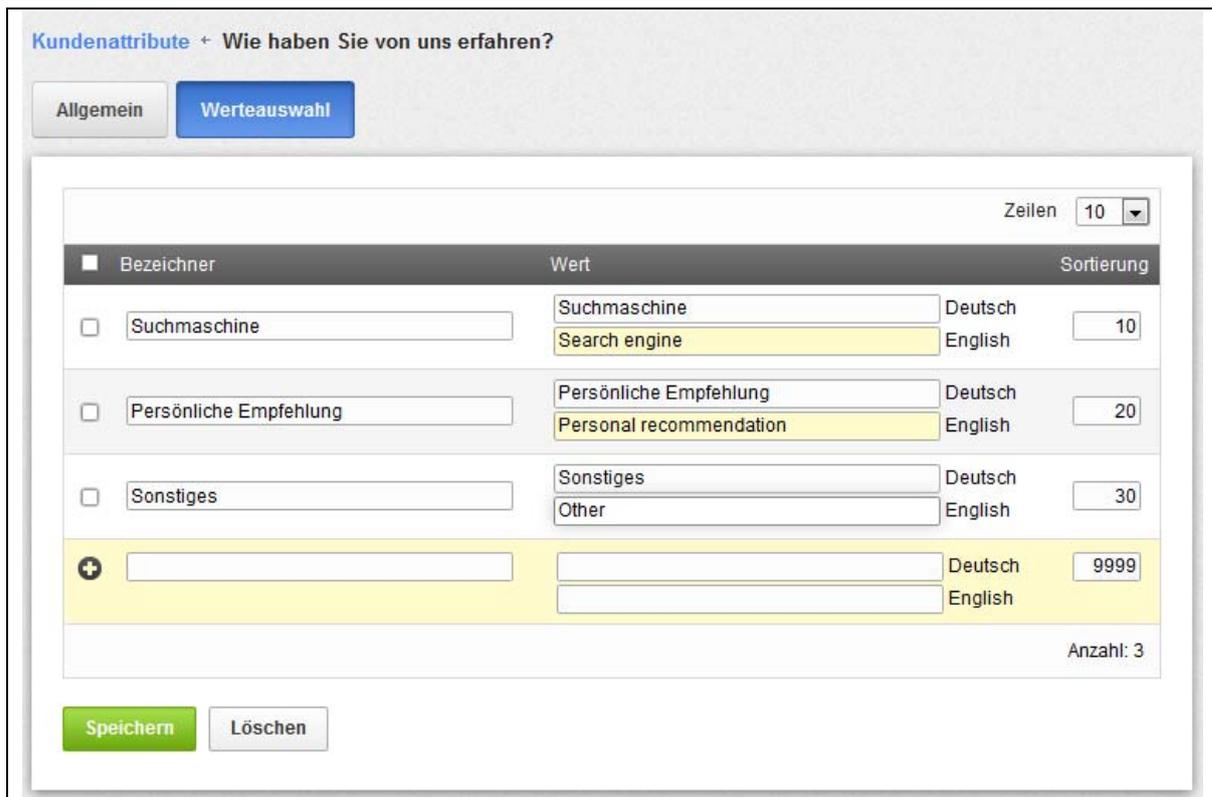


Abbildung 3: Wertevorrat für Attributtyp *Sprachabhängiger Text mit Werteauswahl*

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Der Kunde kann dann im Registrierungsformular folgendes Auswahlfeld verwenden:

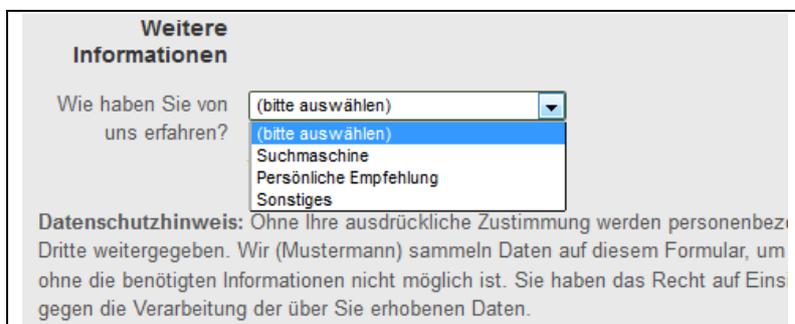


Abbildung 4: Verwendung eines Attributes mit Werteauswahl

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

Wenn Sie in der Seitenvorschau arbeiten, gibt es zusätzlich die Möglichkeit des Inline-Editings. Hier bearbeiten Sie Texte direkt in der Seitenansicht. Zur Formatierung benutzen Sie WYSIWYG-Formatierungsfunktionen in der Multifunktionsleiste. Siehe dazu *Inhaltsvorschau, Seite 89* und *Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 90*. 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.

Bild einfügen und bearbeiten

Bilder fügen Sie über die Dateiverwaltung ein, siehe *Dateiverwaltung, Seite 28*.

Befolgen Sie diese Schritte, um ein Bild einzufügen:

1. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf das **Bild**-Symbol.
2. Klicken Sie auf **Datei auswählen**.
3. Wählen Sie das Bild in der Dateiverwaltung aus.
4. Klicken Sie in der Dateiverwaltung auf **Übernehmen**.
5. Sie sehen nun eine Vorschau des Bildes.
6. Bearbeiten Sie gegebenenfalls die Eigenschaften des Bildes. Sie können hier unter anderem die Bildgröße ändern oder dem Bild einen Rahmen geben.

7. Klicken Sie auf **OK**, um das Bild einzufügen.

Die Eigenschaften eines Bildes bearbeiten Sie wie folgt:

1. Klicken Sie auf das Bild.
2. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf das **Bild**-Symbol.
3. Bearbeiten Sie die Eigenschaften.
4. Klicken Sie auf **OK**, um die Änderungen für das Bild zu speichern.

Hinweis: Im Feld 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 werden z. B. die nach dem Klick auf den Warenkorb folgenden Seiten über `https://` geladen.

Apps und RSS-Feeds einfügen und bearbeiten

Apps sind Elemente, die Sie in Ihre Webseite einbinden können, um Ihren Kunden externe Inhalte oder Funktionen zu bieten. Dabei handelt es sich beispielsweise um Videos, Landkarten oder RSS-Feeds.

Eine App fügen Sie wie folgt ein:

1. Klicken Sie in der Multifunktionsleiste auf **App**.
2. Wählen Sie eine App-Kategorie aus – beispielsweise **RSS-Feed**.
3. Tragen Sie die erforderlichen Angaben ein.
4. Klicken Sie auf **Übernehmen**, um das Element in das Textfeld einzufügen.

RSS-Seiteninhalte

RSS-Seiteninhalte (RSS-Feeds) sind Listen mit Kurznachrichten, die Sie in Ihre Webseite einbinden können. RSS-Feeds gibt es von vielen Anbietern zu verschiedenen Themen. Sie sind vergleichbar mit einem Nachrichtenticker: Von jeder kurz angerissenen Nachricht führt ein Link zum kompletten Text.

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, Seite 25* 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 laden Sie die Datei direkt über den Hochladen-Dialog des Browsers. 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 28*. 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 111*.

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 in der oberen Hälfte des Farbkastens die aktuelle Farbe und unten eine Reihe dazu passender Farben angezeigt. Unter dem Farbfeld sehen Sie Ihre benutzerdefinierten Farben. Im Farbfeld ist die aktuelle Farbe durch einen Kreis markiert. Durch einen Klick auf die untere Hälfte des Farbkastens auf der rechten Seite können Sie die von Ihnen vorgenommenen Änderungen verwerfen und die ursprüngliche Farbe wiederherstellen.

Farbwähler

Sie haben folgende Möglichkeiten, eine Farbe einzustellen:

- Direkteingabe

Bei der Direkteingabe erfassen Sie den Farbcode in der Form RRGGBB (RR- Rotanteil, GG – Grünanteil, BB – Blauanteil) mit führendem Doppelkreuz (#). Geben Sie das Doppelkreuz nicht ein, wird es bei gült-

tigen Farbcodes nach dem Speichern automatisch ergänzt. Auf die Codierung von Farben in HTML soll hier nicht weiter eingegangen werden. Lesen Sie dazu bitte entsprechende Fachliteratur.

- Auswahl über das Farbfeld

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.

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

Passende Farben

Unter dem Punkt *Passende Farben* sehen Sie eine Farbreihe. Dabei handelt es sich um Ergänzungsfarben, welche aus farbtheoretischer Sicht optimal zur aktuellen Hauptfarbe Ihres Styles passen. Die Reihe wird nach design-technischen Grundregeln berechnet. Wollen Sie eine Farbe aus dieser Reihe als aktuelle Farbe einstellen, klicken Sie auf das entsprechende Kästchen.

Benutzerdefinierte Farben

In den Feldern für benutzerdefinierte Farben können Sie die Farben abspeichern, welche Sie immer wieder benutzen wollen. Um hier eine Farbe abzuspeichern, klicken Sie erst auf diejenige der benutzerdefinierten Farben, die Sie ersetzen wollen. Wählen Sie dann wie oben beschrieben eine Farbe aus, um sie zu speichern.

Einige 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 vier Hauptordner aufgeteilt: *Eigene Dateien*, *Kopfzeilenbilder*, *Hintergrundbilder* und *Bilddatenbank*.

Im Hauptordner *Eigene Dateien* können Sie eine Ordnerstruktur aufbauen, in der Sie Ihre Dateien sortiert ablegen. Aus dieser Struktur übernehmen Sie die gewünschte Datei auf Ihre Webseite.

Kopfzeilenbilder, Hintergrundbilder und die Bilddatenbank werden durch Ihren Provider bereitgestellt. In diesen Ordnern finden Sie eine Auswahl von Bildern, die Sie direkt auf Ihre Webseite übernehmen können.

Im linken Teil der Dateiverwaltung sehen Sie die Ordnerstruktur. Im mittleren Teil sind die Dateien innerhalb des ausgewählten Ordners aufgelistet. Im rechten Teil sehen Sie eine Vorschau der momentan ausgewählten Datei.

Klicken Sie im mittleren Teil auf eine Datei und bestätigen Sie mit **Übernehmen**, um diese Datei in Ihre Webseite einzufügen.

Um mehrere Dateien gleichzeitig auszuwählen, halten Sie dabei die STRG-Taste gedrückt.

Um Dateien hochzuladen, klicken Sie auf **Dateien hochladen**. Siehe *Hochladen von Bildern*, Seite 27. Hier können Sie mehrere Dateien auf einmal auswählen und hochladen.

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 30*. 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 30*. 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 20*.

- 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
Objektyp	
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 eine Spalte in der Importdatei vorhanden und enthält Werte, dann werden die Werte in der Datenbank 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.

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 vom System erhalten.

Zum großen Teil entsprechen diese Administratordaten den allgemeinen Anmeldedaten für Administratoren, siehe *Administratordetails – Anmeldedaten, Seite 39*.

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 16*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

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 und die Darstellungsgeschwindigkeit einzelner Seiten.

Allgemein

Seite: Einstellungen » Allgemeine Einstellungen » Allgemein

Hier stehen Ihnen 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 2* angezeigt, siehe *Gestaltungsgrundlagen, Seite 109*.

Hier können Sie ein Bild für Ihr Webseitenlogo in optimaler Größe direkt hochladen, siehe auch *Hochladen von Bildern, Seite 27*. Platzieren Sie das Logo mit Hilfe des Seitenelements *Logo*. Es wird üblicherweise im Bereich *Kopfzeile 2* 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 27*. 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 statisch oder dynamisch geladen werden. Dynamische Inhalte sind Daten und Informationen, die erst kurz vor der Anzeige der Seite aus der Datenbank gele-

sen 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 *Verfügbarkeit, Seite 54*.

Der Status des Seiten-Cache wird im Administratormenü angezeigt, siehe *Administrationsnavigation, Seite 15*.

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**.

Auch wenn Sie in der Menüleiste auf **Ihre Seite anzeigen** klicken, werden alle Seiten mit einem Mal aktualisiert.

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.

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 98*. Zusätzlich können Sie das Seitenelement vom Typ *Geschäftszeiten als Box* auf Ihren Seiten platzieren. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 117*.

Benutzerverwaltung

Benutzer

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Benutzer

Benutzer sind Besucher Ihrer Webseite, welche sich registrierten und damit über ein Kundenkonto 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 Registrierungsprozess durchlaufen werden muss, legen Sie auf der Karteikartei **Anmeldung** mit der Option *Sichere Registrierung verwenden (Double-Opt-In-Verfahren)* fest. Siehe dazu *Anmeldung, Seite 39*.

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 19*.
- Wenn Sie unter **Kunden » Kundengruppen** eine Kundengruppe anlegen, wird automatisch eine Benutzergruppe mit dem gleichen Namen angelegt. Zu Kundengruppen siehe *Kundengruppen, Seite 85*.

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 19* 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 53* beschrieben.

Anmeldung

Seite: Einstellungen » Benutzerverwaltung » Anmeldung

Hier konfigurieren Sie Zugangsmöglichkeiten zu Ihrer Webseite.

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 den 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

Zur Datenschutzerklärung lesen Sie *Datenschutzerklärung, Seite 98*.

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 *Sicherheitsabfrage für Löschaktionen, Seite 33*.

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.

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 52*.

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 52*. Bei der automatischen Zuordnung wird das Land der Kundenadresse ausgewertet und bestimmt das Steuergebiet.

Zuordnung zu Ländern

In der Sektion **Zuordnung zu Ländern** sehen Sie die Liste der Länder, welche den verschiedenen Steuergebieten zugeordnet sind. Welche Länder in der Liste enthalten sind, steuern Sie über die Ländereinstellungen, siehe *Länder, Seite 50*.

Hinweis: Wenn Sie die Länderzuordnung bearbeiten wollen, müssen Sie auf der Seite **Steuermatrix** auf **Anpassen** klicken, um den Eingabemodus zu aktivieren. Sieh dazu *Steuermatrix, oben*.

Im Eingabemodus gibt es zu jedem Ländereintrag ein Auswahlfeld, das die unter **Steuergebiete** angelegten Steuergebiete auflistet. Damit können Sie die Zuordnung zum Steuergebiet ändern.

Zusätzlich können Sie für jedes Land "Sondersteuergebiete" einrichten. Das sind Gebiete in dem Land, in denen abweichende Steuersätze gelten. Um einem solchen Gebiet eigene Steuersätze zuzuweisen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Legen Sie in der Sektion **Steuergebiete** ein Steuergbiet an.
2. Wechseln Sie in die Sektion **Zuordnung zu Ländern**.
3. Klicken Sie beim betreffenden Ländereintrag **Ausnahme hinzufügen**.
4. Tragen Sie Name und Postleitzahlen für das Sondergebiet ein und wählen Sie das neu angelegte Steuergebiet im Auswahlfeld.
5. Klicken Sie **Speichern**.
6. Wechseln Sie auf die Karteikarte **Steuermatrix**.
7. Tragen Sie in der Zeile für das neue Steuergebiet die entsprechenden Steuerdaten ein.
8. Klicken Sie **Speichern**.

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 40*.

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 55*.

Für jeden Kunden können Sie ein abweichendes Steuermodell festlegen, siehe *Kundendetails – Allgemein, Seite 83*.

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 55*.

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

Hier verwalten und bearbeiten Sie alle Versandmethoden, 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](#) » [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 43</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 43</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 43</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 43</i> .

Die Reihenfolge aller Versandmethoden legen Sie über den Sortierschlüssel in der letzten Spalte der Tabelle fest. Lesen Sie dazu *Sortieren über Sortierschlüssel, Seite 20*.

Allgemeine Eigenschaften für Versandmethoden

Seite: [Einstellungen](#) » [Versand](#) » [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.

Für einzelne Produkte können Sie die Auswahl der Versandmethoden im Warenkorb einschränken. Nutzen Sie dazu das Feld *Für alle Produkte erlauben*. Wählen Sie „Ja“, ist der Versand aller Produkte mit dieser Versandmethode ohne weitere Änderungen möglich. Wählen Sie „Nein“, ist der Versand mit dieser Versandmethode nur für die Produkte möglich, welche Sie einzeln dafür freischalten.

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 51*.

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 41*.

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 Preisstaffelung 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 Preisstaffelung 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 Preisstaffelung 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.

Damit der Versand mit DHL funktioniert, muss die Postleitzahl Ihrer im Administrationsbereich hinterlegten Adresse dem Format 12345 (nicht D-12345) entsprechen. Die Postleitzahl legen Sie fest unter *Einstellungen* » *Allgemeine Einstellungen* » *Adresse*.

Abhängigkeiten

Seite: Einstellungen » Versand » Abhängigkeiten

Seite: Einstellungen » 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 » 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 eingeben. 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. verschiedene 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 27*. Klicken Sie auf das Bild, um dieses in Originalgröße anzuzeigen

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

Zahlung

Zahlungsmethoden

Seite: Einstellungen » 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 Skrill (Moneybookers). Der Kunde wird für den Bezahlvorgang auf das System des Anbieters geleitet, wo alle erforderlichen Daten erfasst, geprüft und verarbeitet werden. 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 » 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 48*.

Einschränkung der Verfügbarkeit

Hier können Sie einen Mindestbestellwert und einen Höchstbestellwert für die Zahlungsmethode angeben. Die Zahlungsmethode wird im Bestellprozess nicht angezeigt, wenn der Bestellwert nicht im angegebenen Rahmen liegt. Lassen Sie die Felder leer, um keinen Mindest- bzw. Höchstbestellwert festzulegen.

Den Mindestbestellwert für alle Bestellungen legen Sie unabhängig von der verwendeten Zahlungsmethode unter *Einstellungen » Warenkorbeinstellungen* fest. Siehe dazu *Warenkorb, Seite 52*.

Rabatt oder Gebühr

Hier können Sie für die Zahlungsmethode einen Rabatt oder eine Gebühr festlegen. Legen Sie einen Rabatt 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 eine Gebühr festlegen.

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 51*.

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 41*.

Zahlungsmethode mit Kreditkarte, manuell

Seite: *Einstellungen » 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 117.

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.

Ratenzahlung

Seite: *Einstellungen » 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 47.

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:

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

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 21*.

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 21*.

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 19* 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 117*.

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 19* beschrieben. Die Währung steht weiterhin im Auswahlfeld zur Verfügung.

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 19*, 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, Seite 50*. 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, unten*.

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, Seite 50*.
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-Ereignisse

Seite: Einstellungen » E-Mail-Ereignisse

Zu bestimmten Ereignissen verschickt Ihre Webseite E-Mails an Sie oder Ihre Kunden. Beispielsweise erhält ein Kunde eine E-Mail, wenn er sich neu registriert hat. Sie können selbst festlegen, zu welchen Ereignissen E-Mails verschickt werden sollen. Außerdem können Sie den Text dieser E-Mails bearbeiten, ihre Empfänger festlegen sowie eine Test-E-Mail an sich selbst verschicken.

Auf der Seite *Einstellungen* » *E-Mail-Ereignisse* finden Sie eine Übersicht aller E-Mail-Ereignisse. Diese sind geordnet nach dem Empfänger: Es gibt eine Unterseite für **E-Mails an den Benutzer** und eine für **E-Mails an den Administrator**.

Aktivieren oder deaktivieren Sie die Ereignisse in der Tabelle, indem Sie in der Spalte „Aktiviert“ auf die dazugehörigen Kontrollkästchen klicken.

Wenn Sie die Empfänger oder den Text einer E-Mail ändern möchten, klicken Sie auf ihren Namen. Unter *Kopie* können Sie weitere E-Mail-Adressen angeben, an die diese E-Mail verschickt werden soll. Die Adressen dieser weiteren Empfänger sind für den Hauptadressaten sichtbar. Geben Sie unter *Blindkopie* E-Mail-Adressen an, die diese E-Mail auch erhalten sollen, aber nicht für den Hauptadressaten sichtbar sein sollen.

Jede E-Mail hat einen Kerntext, den Sie nicht bearbeiten können. Sie können jedoch den Text ändern, der vor und nach diesem Kerntext steht sowie die Signatur anpassen. Wenn Sie die Signatur ändern, betrifft dies alle E-Mail-Ereignisse.

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 unter anderen fest:

Über die Einstellung *Aktion "In den 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 "In den Warenkorb"* legen Sie fest, wie die Schaltfläche aussieht, mit deren Hilfe der Kunde Produkte zum Warenkorb hinzufügt.

Über die Einstellung *Bestellprozess* legen Sie fest, ob der Bestellprozess klassisch oder in Einzelschritten (mit zwei Schritten mehr) erfolgen soll.

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 Steuer-

modell, sie gilt also für Brutto- und Nettowerte. Sie können also nicht für unterschiedliche Steuermodelle unterschiedliche Mindestbestellwerteeinstellungen 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.

Sie können festlegen, ob die Bestellfunktion nur für registrierte Kunden zur Verfügung steht. Diese Einstellung gilt analog für Buchungen.

Texte

Seite: Einstellungen » Warenkorbeinstellungen » Texte

Oft ist es notwendig, den Kunden im Shop bei der Bestellung Hinweise und ergänzende Informationen anzuzeigen.

Wenn bei den Warenkorbeinstellungen der klassische Bestellprozess eingestellt ist, können Sie hier folgende Texte eingeben:

- Text (oben) für alle Bestellschritte
- Text (unten) im Bestellprozess
- Text für Bestätigungsseite
- Text zum Akzeptieren der AGB

Wenn bei den Warenkorbeinstellungen der Bestellprozess in Einzelschritten eingestellt ist, können Sie hier eigene Texte für folgende Stellen eingeben:

- Kopfbereich (für alle Bestellschritte)
- Bestellschritt: Warenkorb
- Bestellschritt: Adresse
- Bestellschritt: Versandart
- Bestellschritt: Zahlungsart
- Bestellschritt: Prüfen & Bestellen
- Text (unten) im Bestellprozess
- Text für Bestätigungsseite
- Text zum Akzeptieren der AGB

Text für Bestätigungsseite / Affiliate-Tracking-Code

Wenn Ihr Shop in ein Affiliate-Partnerprogramm eingebunden ist, können Sie hier den dafür notwendigen Tracking-Code integrieren. Dieser Code ist für die Kunden in Ihrem Shop unsichtbar.

Durch den Tracking-Code werden Ihrem Affiliate-Partner Informationen zur Bestellung übermittelt. Der Partner kann so die Kaufvorgänge in Ihrem Shop registrieren.

Den Tracking-Code erhalten Sie von Ihrem Affiliate-Partner. Eventuell müssen Sie Platzhalter in den Code integrieren, welche dann bei einer Bestellung automatisch durch die entsprechenden Daten ersetzt werden. Beispielsweise wird der Platzhalter *#OrderTotalAmountNet* durch den Netto-Gesamtbetrag der Bestellung ersetzt. Eine Übersicht über die verfügbaren Platzhalter sehen Sie, wenn Sie im Administrationsbereich auf das Symbol  neben *Text für Bestätigungsseite / Affiliate-Tracking-Code* klicken.

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 85. 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 Artikelnummern im Shop in Produktlisten und auf den Produktdetailseiten 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 €".

Verfügbarkeit

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Verfügbarkeit

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 61.

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 bei den E-Mail-Ereignissen. Lesen Sie dazu *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

Sie können selbst bestimmen, welche Informationen zu Verfügbarkeit und Lieferung in Abhängigkeit des Lagerbestandes angezeigt werden. Hierzu können Sie Platzhalter und auch bedingte Anzeigen verwenden. Weitere Informationen hierzu finden Sie direkt im Administrationsbereich.

Auto Cross-Selling

Seite: Einstellungen » Produkteinstellungen » Auto Cross-Selling

Im Gegensatz zum manuellen Cross-Selling, siehe *Produktdetails – Cross-Selling, Seite 75*, 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 25*.

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 66*.

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.

Sucheinstellungen

Hier können Sie die Einstellungen für die Suchergebnisseite vornehmen.

Wählen Sie unter *Darstellung der Suchergebnisse* aus, wie gefundene Produkte gelistet werden.

Unter *Tipps bei Suche ohne Ergebnis* können Sie einen Text angeben, der dem Benutzer angezeigt wird, wenn seine Suche erfolglos war. Hier können Sie beispielsweise einen Link zum Kontaktformular Ihres Shops einbauen.

Sie können einstellen, dass in Ihrem Shop automatisch auf die Suche umgeschaltet wird, sobald ein Kunde eine bestimmte Kategorie-Tiefe erreicht. Sie legen dies mit der Option *Ab dieser Kategorietiefe Suchfilter anzeigen* fest. Ein Beispiel: Sie geben bei dieser Option den Wert 2 ein. Wenn ein Kunde nun die Kategorie *Jacken » Winterjacken* aufruft, wird die Filtersuche eingeblendet (siehe unten).

Filtersuche

Die Filtersuche ermöglicht Ihren Kunden, Suchergebnisse nach verschiedenen Kriterien zu filtern. Dies erleichtert ihnen, das gewünschte Produkt zu finden.

Nachdem ein Kunde in Ihrem Shop nach einem Begriff gesucht hat, erscheinen neben den Suchergebnissen Attribute, mit denen er die Ergebnisse filtern kann.

The screenshot shows a search results page for the term 'jack'. On the left, a sidebar contains several filter sections: 'Kategorien' (Jacken (3), Zelte (1)), 'Hersteller' (Berghaus (2), Jack Wolfskin (2)), 'Preisspanne' (199 € - 500 €), 'Produktbewertung' (5 stars (1), 4 stars & more (1), 3 stars & more (1), 2 stars & more (2)), and 'Warenkorb' (Ihr Warenkorb ist leer.). The main content area displays four product listings with images, titles, descriptions, prices, and availability status. The products are: Jack Wolfskin Blizzard Jacke (215,95 €), Jack Wolfskin Flexibility RT (499,95 €), Berghaus Paclite Jacket - Women (199,95 €), and Berghaus Paclite Jacket - Men (199,95 €).

Abbildung 6: Die Filtersuche im Shop

Sie müssen gegebenenfalls bei den Produktattributen einstellen, welche Attribute für die Filtersuche genutzt werden, siehe *Attribute, Seite 78*. Manche Standard-Produkteigenschaften wie Preis, Produktbewertung oder Kategorie sind immer für die Filtersuche aktiviert und können nicht deaktiviert werden.

Suchstatistik

Seite: Einstellungen » Suche » 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.

Sie können diese Statistik als CSV-Datei exportieren. Dafür steht Ihnen eine Stapelverarbeitungsaktion zur Verfügung.

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 66*.
- 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.

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 145*.

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. Gehen Sie dazu auf die Seite **Einstellungen** » **E-Mail-Ereignisse**. Siehe dazu *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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 49*.

Um ein Konto zu löschen, gehen Sie vor, wie unter *Löschen von Datensätzen, Seite 19* 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 149*.

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 bei den E-Mail-Ereignissen. Siehe dazu *E-Mail-Ereignisse*, Seite 52.

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, können 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 19 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 25. 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 147*.

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 *E-Mail-Ereignis aktivieren* 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 Artikelnummer, 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 20*. 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 Artikelnummer angelegt, da jede Artikelnummer nur einmal vorhanden sein darf. Das Duplikat wird als <i>nicht sichtbar</i> angelegt.
Exportieren	Exportieren der markierten Produkte. Siehe <i>Export, Seite 29</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 138</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, Seite 62*.

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, Seite 62*
- Anlegen eines Produktes mit Variationen, siehe *Anlegen eines Produktes mit Variationen, Seite 62*
- Anlegen eines Produkt-Bundles, siehe *Anlegen eines Produkt-Bundles, Seite 62*
- Anlegen eines Download-Produktes, siehe *Anlegen eines Download-Produktes, Seite 64*
- Anlegen eines personalisierbaren Produktes, siehe *Anlegen eines personalisierbaren Produktes, Seite 65*

Anlegen eines Einzelproduktes

Zum Anlegen eines neuen Einzelproduktes haben Sie folgende Möglichkeiten:

- Klicken Sie auf **Hinzufügen**
- 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 19* beschrieben und sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Für direkt in der Tabelle angelegte Produkte gelten folgende Festlegungen:

- Die Artikelnummer ist ein Pflichtfeld.
- Der eingegebene Name gilt für die Administrationssprache.
- Der eingegebene Preis gilt für die in der Tabelle angezeigt 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 66*.

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 *Artikelnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 66*.

Nach dem Speichern der allgemeinen Produktdetails, werden alle Karteikarten freigeschaltet. Erfassen Sie die weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 67ff.* 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 auf der Seite **Produkte** auf **Hinzufügen** und dann **Produkt mit Variationen**, oder 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 *Artikelnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 66*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Danach werden Sie sofort in den Variationsassistent geleitet, siehe dazu *Variationsassistent, Seite 69*.

Die Grundlagen zu Variationen lesen Sie in *Produktdetails - Variationen, Seite 69*.

Nach dem Anlegen der Variationen werden alle weiteren Karteikarten freigeschaltet. Erfassen Sie die weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 67ff.* 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 direkt anzulegen, klicken Sie auf der Seite **Produkte** auf **Hinzufügen** und dann **Produkt-Bundle**, oder 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 *Artikelnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 66*. 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 67ff* 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 Artikelnummer, 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.
1. Tragen Sie für das Produkt, welches das Bundle selbst ist (Basisprodukt), in der Spalte *Produkt-Bundle [IsBundleProduct]* eine *1* ein.
2. Importieren Sie die Produktdaten mit dem Import für Objekttyp *Produkte*.
3. Erstellen Sie eine Datei für den Import von Bundle-Zuweisungen. Orientieren Sie sich dabei an einer Exportdatei vom Typ *Cross-Selling*.
4. Tragen Sie für jede Zeile mit einem Bundle-Produkt den Wert *BundleProductMap* in die Spalte *Typ [Class]* ein.

5. Tragen Sie für jede Zeile mit einem Bundle-Produkt die Artikelnummer des Basisproduktes in die Spalte *Basisprodukt [Product]* ein.
6. Die anderen Spalten füllen Sie entsprechend der Vorlage aus.
7. Importieren Sie die Bundle-Zuweisungen mit dem Import für Objekttyp *Cross-Selling*.
8. 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 28*.

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 direkt anzulegen, klicken Sie auf der Seite **Produkte** auf **Hinzufügen** und dann **Download-Produkt**, oder 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 *Artikelnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 66*

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, Seite 65*. Erfassen Sie danach alle weiteren Daten wie in den Kapiteln unter *Produktdetails - Bilder, Seite 67ff.* 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 aktuelle 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 20*.

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.

Anlegen eines personalisierbaren Produktes

Ein personalisierbares Produkt kann vom Kunden mit eigenen Texten oder Bildern individuell gestaltet werden. Beispielsweise können Sie so personalisierte T-Shirts oder Kaffeetassen verkaufen. Grundlegende Informationen zur Personalisierung von Produkten finden Sie unter *Produktdetails - Personalisierung, Seite 72*.

Das Anlegen eines personalisierbaren Produktes erfolgt immer in zwei Schritten:

1. Legen Sie das Produkt an und erfassen Sie die allgemeinen Produktdetails.
2. Entscheiden Sie über die Optionen der Personalisierung.

Zum Anlegen eines personalisierbaren Produktes haben Sie folgende Möglichkeiten:

- a) Klicken Sie auf **Hinzufügen** und dann **Personalisierbares Produkt**.
- b) Klicken Sie in der Menüleiste auf **Produkte**, auf **Neu** und dann **Personalisierbares Produkt**.
- c) Nutzen Sie die im Kapitel *Anlegen eines Einzelproduktes* beschriebene Direkteingabe in die Tabelle und legen Sie später bei den Produktdetails die Personalisierungsoptionen fest. Siehe dazu *Produktdetails - Personalisierung, Seite 72*.

Haben Sie Möglichkeit a) oder b) gewählt, gelangen Sie automatisch auf die Seite, auf der Sie die allgemeinen Produktdetails erfassen.

Tragen Sie zuerst in das Feld *Artikelnummer* einen eindeutigen Wert ein. Danach geben Sie die weiteren allgemeinen Daten ein, siehe dazu *Produktdetails – Allgemein, Seite 66*.

Sichern Sie alle Eingaben mit **Speichern**.

Anschließend gelangen Sie auf die Seite, auf der Sie die Optionen der Personalisierung erfassen. Mehr über die Personalisierungsoptionen lesen Sie in *Produktdetails - Personalisierung, Seite 72*.

Produktdetails – Allgemein

Seite: Produkte » [produkt] » Allgemein

Auf dieser Seite werden die Produktattribute in verschiedenen Blöcken angezeigt. Sie können diese Blöcke auf- und zuklappen, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen. Die Reihenfolge der Blöcke ändern Sie, indem Sie einzelne Blöcke mit gedrückter linker Maustaste verschieben (Drag & Drop).

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 55*.

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

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.

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 *Schlüsselwörter 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.

Lager und Lieferzeitraum

Pflegen Sie den Lagerbestand für Ihre Produkte, um Ihren Kunden die Verfügbarkeit anzuzeigen. Sie erhalten eine E-Mail, wenn der Lagerbestand 0 erreicht, siehe *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*. Des Weiteren können Sie das Verhalten des Shops definieren für Produkte, deren Lagerbestand 0 erreicht, siehe *Verfügbarkeit, Seite 54*.

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 *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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

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.

Attribute

Über das Auswahlfeld *Produkttyp* weisen Sie dem aktuellen Produkt einen Produkttyp zu. Dieser bestimmt die zusätzlichen Produktattribute, siehe dazu *Produkttypen, Seite 77*.

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 der Produktdetailansicht, in den Produktlisten und bei den Aktionsprodukten angezeigt werden. Da die Bilder auf den jeweiligen Seiten in unterschiedlichen Größen angezeigt werden, werden die Bilder in verschiedenen Formaten gespeichert.

Tabelle 6: Formate für Produktbilder

Format	Bedeutung
Listenansicht	<p>Wo wird dieses Bild angezeigt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - In Produktlisten, wenn das Produktlayout <i>Einspaltig</i> oder <i>Kleine Boxen</i> ausgewählt ist

Format	Bedeutung
Detailseite	<p>Wo wird dieses Bild angezeigt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf der Produktseite - In Produktlisten, wenn das Produktlayout <i>Zweispaltig, Dreispaltig, Vierspaltig, Cover-Flow-Effekt (Schwarzer Hintergrund)</i> oder <i>Cover-Flow-Effekt (Grauer Hintergrund)</i> ausgewählt ist <p>Sonstige Hinweise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das Bild kann mit anderen Bildern in der Sektion Galerie/Diaschau für eine Bildliste oder Diaschau verwendet werden. - Die empfohlene Mindestgröße für dieses Bild beträgt 1000 Pixel Breite oder 1000 Pixel Höhe. - Ab einer bestimmten Größe wird das Bild Ihren Kunden in kleinerem Format angezeigt. Es ist damit für die Darstellung auf Retina-Displays (z.B. beim iPhone) optimiert.
Vergrößerte Ansicht	<p>Wo wird dieses Bild angezeigt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf der Produktseite, wenn der Kunde auf das Produktbild klickt - In der vergrößerten Ansicht der Zoom-Funktion für Produktbilder (Lupenfunktion) <p>Sonstige Hinweise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die maximale Bildgröße für die vergrößerte Ansicht können Sie auf der Seite <i>Einstellungen » Produkteinstellungen</i> festlegen.
Ansicht für Aktionsprodukte	<p>Wo wird dieses Bild angezeigt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Im Seitenelement <i>Aktionsprodukte als Box</i> - In Produktlisten, wenn das Produktlayout <i>Große Boxen</i> ausgewählt ist

Sie laden ein Bild generell über die Schaltfläche **Datei hochladen**. Lesen Sie dazu *Hochladen von Bildern, Seite 27*. 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 Tabellenzeile. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 27*.

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 20*.

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 78*.

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.

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.

Sie können festlegen, ob das Produkt in der ausgewählten Kategorie als erstes oder letztes Produkt in der Produktliste dieser Kategorie angezeigt wird. Wählen Sie die entsprechende Option für die Funktion *In dieser Kategorie anzeigen*. Diese Option gilt nur für die Kategorie die Sie gerade zuordnen.

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 69*.

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 20*.
- Wenn Sie ein neues Variationsprodukt hinzufügen, ist für den Kunden auf der Produktdetailseite standardmäßig keine Variation vorausgewählt. Der „In den Warenkorb“-Button kann erst gedrückt werden, wenn alle notwendigen Attribute vom Kunden ausgewählt wurden.

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 angezeigt. 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 77*.

2. Variationsprodukte

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

Der Name wird gebildet aus der Artikelnummer 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 78*.

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 69* 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 69* in Schritt 2 beschrieben.

Produktdetails - Personalisierung

Seite: Produkte » [Produkt] » Personalisierung

Hier legen Sie fest, ob ein Produkt personalisiert werden kann, und bestimmen die entsprechenden Optionen dazu.

Mit der Aktivierung der Personalisierung ermöglichen Sie es Ihren Kunden, dieses Produkt mit eigenen Texten oder Bildern individuell zu gestalten. So können die Kunden beispielsweise T-Shirts oder Kaffeetassen personalisieren und anschließend kaufen.

Produkt-Bundles und Download-Produkte können nicht personalisiert werden.

Bei Produkten mit Variationen gilt die Personalisierung nur für das Hauptprodukt. Siehe dazu *Produktdetails - Variationen, Seite 69*

Grundlegende Einstellungen zur Personalisierung (beispielsweise zu unterstützten Dateiformaten und Schriftarten) nehmen Sie vor unter *Produkte » Produkttypen » [Produkttyp] » Personalisierung*. Die dort vorgenommenen Einstellungen gelten für alle personalisierbaren Produkte dieses Produkttyps.

Ablauf des Kaufprozesses bei personalisierbaren Produkten

Der Kaufprozess in Ihrem Shop läuft für den Kunden so ab:

1. Auf der Produktdetailseite eines personalisierbaren Produkts wird dem Kunden anstelle der Schaltfläche *In den Warenkorb* standardmäßig die Schaltfläche *Jetzt anpassen* angezeigt.
2. Klickt der Kunde auf diese Schaltfläche, öffnet sich ein Dialogfenster, in dem er das Produkt personalisiert.
3. Nach Abschluss der Personalisierung kann der Kunde das Produkt in den Warenkorb legen und wie gewohnt bestellen.

Sie erhalten anschließend zusammen mit den Bestellinformationen einen kompletten Überblick über die vom Kunden vorgenommenen Personalisierungen. Siehe dazu *Bestellungen - Details, Seite 123*.

Personalisierung eines Produktes ermöglichen

Um die Personalisierung eines Produkts zu aktivieren und die notwendigen Einstellungen dazu vorzunehmen, befolgen Sie diese Schritte:

1. Aktivieren Sie zuerst die Personalisierung des Produktes durch die Auswahl der entsprechenden Option.
2. Im Feld *Anleitung* können Sie einen Anleitungstext angeben, der den Kunden beim Gestalten des Produktes unterstützt.
3. Unter *Vorschau anzeigen* können Sie auswählen, ob Ihnen sowie später dem Kunden eine Vorschau des Produktes und der vom Kunden anpassbaren Bereiche angezeigt wird. Wenn Sie hier die Option *Nein* wählen, kann der Kunde die von ihm gewünschten Texte bzw. Bilder nicht auf dem Produkt positionieren. Dies ist insbesondere sinnvoll für Produkte, bei denen der Kunde die zu personalisierenden Bereiche bereits kennt, zum Beispiel bei Kugelschreibern. Wenn Sie die Option *Ja* wählen, können Sie

- unter *Anpassbare Bereiche* festlegen, welche Bereiche des Produktes vom Kunden angepasst werden können.
4. Diese Schritte gelten nur, wenn Sie unter *Vorschau anzeigen* die Option *Ja* gewählt haben:
 - a) *Hinzufügen eines Bildes*: Wenn Sie noch kein Bild für dieses Produkt hochgeladen haben, klicken Sie auf die Schaltfläche **Datei hochladen**. Ansonsten wird Ihnen an dieser Stelle das Bild angezeigt, das Sie auf der Karteikarte **Bilder** unter *Vergrößerte Ansicht* finden. Achten Sie darauf, dass das Bild als Vorlage fürs Personalisieren geeignet ist.
 - b) *Anpassbare Bereiche festlegen*: Die anpassbaren Bereiche sind die Bereiche des Produkts, die der Kunde personalisieren kann. Um einen neuen anpassbaren Bereich hinzuzufügen, ziehen Sie per Drag & Drop eines der grauen Quadrate auf das Vorschaubild. Anschließend können Sie den Bereich per Drag & Drop verschieben oder durch Klick auf einen der Ränder mit gedrückter linker Maustaste größer und kleiner ziehen. Sie können maximal fünf anpassbare Bereiche definieren.
 - c) *Personalisierungsoptionen*: Unter *Mögliche Aktionen für Textfelder und Bildauswahl* legen Sie fest, ob der Kunde die Texte und Bilder positionieren, skalieren und drehen kann.
 5. Fügen Sie nun Textfelder und/oder Bildauswahlen hinzu. Damit ein Produkt personalisiert werden kann, muss es mindestens ein Textfeld oder eine Bildauswahl geben. Es kann insgesamt maximal fünf Textfelder und Bildauswahlen geben. Legen Sie unter *Name* die Bezeichnung des Textfeldes oder der Bildauswahl fest. Bei Textfeldern können Sie bestimmen, ob diese ein- oder mehrzeilig sind. Unter *Längenbegrenzung* legen Sie fest, wie viele Zeichen der Kunde in dieses Textfeld eingeben kann. Bei Bildauswahlen können Sie die Mindestgröße des Bildes festlegen. Bitte beachten Sie dabei, dass sich kleine Bilder oft nicht als Druckvorlage eignen. Klicken Sie bei Textfeldern auf **Schriftarten festlegen** bzw. bei Bildauswahlen auf **Dateiformate festlegen**, um die entsprechenden Optionen für den gesamten Produkttyp zu ändern.
 6. Klicken Sie **Speichern**.

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, unten*
- Werterabatt, siehe *Wererabatt, Seite 74*
- Warenkorbrabatt, siehe *Warenkorbrabatt, Seite 79*

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 Preisnachlässe anzeigen lassen. Registrierten Kunden können Sie spezielle Produktpreise auch sofort anzeigen. Siehe dazu *Preislisten – Erweiterte Einstellungen, Seite 79*.

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 79*.

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 75*.
- 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 Rabatfeld eine 0 ein. Folgendes Beispiel in *Abbildung 7* soll das erläutern:

Produkte + Produkt 1 (demo1) Produkte suchen

Allgemein Bilder Kategorien Variationen Personalisierung **Preise** Cross-Selling Portale SEO: 72%

Mengenrabatt Werterabatt

Listenpreis (Brutto) 22,95 €

Menge	Staffelpreis	Rabatt	Staffelpreis	Rabatt
<input type="checkbox"/> 10 Stück	21,95 €	0 %		
<input type="checkbox"/> 20 Stück		10 %		
<input type="checkbox"/> 30 Stück	19,95 €	10 %		
<input type="checkbox"/> 40 Stück	16,95 €	0 %		
<input type="checkbox"/> <input type="text" value=""/> Stück	<input type="text" value=""/> €	<input type="text" value=""/> %		Keine Preisliste gewählt

* Das Produkt ist in dieser Preisliste enthalten.

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 Produktsuppe (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 Produktsuppe (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 Produktsuppe 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 79*.

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 20*.

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.

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 19*.
- 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 145* 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 149*. Wie Sie die Angebotsdetails bearbeiten, lesen Sie in *Angebotseinstellungen / eBay-Assistent, Seite 147*.

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. Artikelnummer, 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 67*.

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 28*.

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 20*.

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

Für Attribute vom Typ mit Wertauswahl und Optionen müssen Sie auf der Karteikarte **Wertauswahl** zusätzlich den Wertevorrat erfassen. Lesen Sie dazu *Verwendung von Text mit Wertauswahl, Seite 23* und *Verwendung von Optionen, Seite 24*.

Eine Übersicht über die verfügbaren Attributtypen finden Sie hier: *Attributtypen, Seite 22*.

Mit der Option *Suchfilter* können Sie bestimmen, welche Attribute dem Kunden in der Filtersuche zur Verfügung stehen sollen, siehe *Filtersuche, Seite 56*. Manche Standard-Produkteigenschaften wie Preis, Produktbewertung oder Kategorie sind immer für die Filtersuche aktiviert und können nicht deaktiviert werden. Folgende Attributtypen können nicht für die Filtersuche genutzt werden: Text, sprachabhängiger Text, Kundenoptionen, Datum und Zeit, Datum, Zeit, Datei und Sprachabhängige Datei.

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 73*. 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 85*.

Um Kunden direkt zuzuordnen, geben Sie auf der Karteikarte **Kunden** entweder die Kundennummer ein oder nutzen Sie die Funktion **Elemente hinzufügen**.

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.

Warenkorbrabatt

Seite: Produkte » Preislisten » [preisliste] » Warenkorbrabatt

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 Warenkorbrabatt wird auf der Produktdetailseite über den Link **Preisvergünstigungen** angezeigt.

Hinweis: Der von Ihnen vergebene Warenkorbrabatt 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.

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. Gehen Sie dazu auf die Seite **Einstellungen » E-Mail-Ereignisse**. Siehe dazu *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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 zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 28*.

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.

Produkt rabatte

Sie exportieren und importieren hiermit die Mengen und Beträge für Mengenrabatte und Werterabatte. Die betreffenden Preislisten und Produkte müssen bereits vorhanden sein, sie werden durch den Import nicht angelegt.

Cross-Selling

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]

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.

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 20*.

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 69*.

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

Nach dem Begriff, den Sie in das Feld *Textsuche* eintragen, wird in folgenden Attributen gesucht: *Artikelnummer, Produktname, Herstellername, Herstellerproduktnummer, Produkt-Code, Beschreibung, Erweiterte Beschreibung, Schlüsselwörter für Suche* so wie alle Attribute, die auf dem Attributtyp *Text* basieren. Zu Attributtypen lesen Sie *Attributtypen, Seite 22*.

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 ein Kennwort. Damit sind die registrierten Kunden Benutzer, siehe dazu *Benutzer, Seite 37*

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 38*. Damit wird er gleichzeitig als Benutzer angelegt.
- Ein Kunde registriert sich nicht und bestellt ohne Anmeldung. Er wird als nicht registrierter Kunde angelegt.
- Klicken Sie auf der Seite **Kunden** auf **Hinzufügen**.
- 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 86*

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 85*. Zu Benutzerdaten siehe *Kundendetails - Benutzerdaten, Seite 84*.

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 85*.

Über das Steuermodell entscheiden Sie, welche Preise der Kunde im Shop angezeigt bekommt und wie sein Warenkorb berechnet wird. Siehe auch *Steuermodell, Seite 41*. 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 85*, 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 38*.

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 83*.

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 85*.

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 83*. 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-Ereignisse, Seite 52*.

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 123*.

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 Menü **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 91*.

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.

Sie können selbst bestimmen, ob registrierten Kunden im Bereich *Mein Konto* Zusatzinformationen wie Kundennummer oder Steuermodell angezeigt werden sollen. Nutzen Sie dazu auf der Unterseite der Kundengruppe die Option *Zusatzinfos anzeigen*.

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 83*.

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 53*.

Zu Attributtypen und deren Verwendung lesen Sie *Attributtypen, Seite 22*.

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 zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 28*.

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 84*.

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-Ereignisse, Seite 52*.

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/country_names_and_code_elements

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 95 ff.*

In *Inhaltsvorschau* verwalten Sie die Struktur und erfassen grundlegende Inhalte direkt in der Seitenansicht, siehe dazu *Inhaltsvorschau, unten*.

In *Datenblattansicht* bearbeiten Sie alle weiteren Daten einer Seite, siehe dazu *Datenblattansicht, Seite 91*.

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 94*.

Sie können bestehende Strukturen importieren und exportieren. Siehe dazu *Import und Export, Seite 101*.

Inhaltsvorschau

Seite: Inhalt / Kategorien » Inhaltsvorschau

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 90*
- 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 90*.

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 91*. 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 Inhaltsvorschau. 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 Inhaltsvorschau bearbeiten, wird die Multifunktionsleiste im Bearbeitungsmodus angezeigt und stellt Textbearbeitungsfunktionen zur Verfügung, siehe *Bearbeitungsmodus, Seite 91*.

Seitenmodus

Sie befinden sich im Seitenmodus, wenn Sie die Inhaltsvorschau 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.

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 „Speichern“-Symbol, 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 93*.

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 Inhaltsvorschau 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 25*.

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 „Speichern“-Symbol, 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 Inhaltsvorschau 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 92*
- Produkte, siehe *Produkte, Seite 93*
- Bilder, siehe *Bilder, Seite 93*
- Darstellung, siehe *Darstellung, Seite 93*

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 Menü 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 Kategorielliste 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 Inhaltsvorschau 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 *Schlüsselwörter 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 Kategoriellisten 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 93*.

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 19* 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 35.

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 19 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 61 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 20.

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 27.

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 91*. 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 **Inhaltsvorschau** 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 Inhaltsvorschau 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 *Inhaltsvorschau, Seite 89*, *Datenblattansicht, Seite 91* und *Multifunktionsleiste und Inhalt, Seite 90*.

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 110*.

Das sind zum Beispiel beim Seitentyp *Kategorie* Beschreibungstexte, Überschrift und Bilder für die Kategorie sowie die Produktliste und Liste der Unterkategorien. Beim Seitentyp *Widerrufsrecht* 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 89* und *Seiten, Seite 92*.

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 91* ff. 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 erstellen. Dies ist eine Einführung, die vor dem Aufruf der Startseite angezeigt wird. Unter dem Intro wird ein Link eingeblendet, mit dessen Hilfe der Benutzer zur Startseite gelangen kann.

Um ein Intro einzurichten, gehen Sie wie folgt vor:

1. Geben Sie in das Feld *Intro-Code* den gewünschten Text oder Programmcode ein. Der Intro-Code kann Elemente wie HTML-Code, Flash oder Videos enthalten. Beispielsweise können Sie hier ein Youtube-Video einbinden.

2. Prüfen Sie die Vorschau.
3. Aktivieren Sie die Anzeige des Intros.
4. 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 91 ff.*

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 91 ff.* 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 *Beschreibung 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 91 ff.* 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 91 ff.*

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 117.*

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 117*.

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) Paragraph 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 117*.

Hinweis: Sie können den Bestellprozess so einrichten, dass der Kunden die AGB vor dem Kauf bestätigen muss, siehe *Warenkorbeinstellungen, Seite 52*.

Der Kunde kann sich die AGB bei Bedarf ausdrucken oder als Datei abspeichern.

Widerrufsrecht

Widerrufsrecht ist der Seitentyp, mit dem Sie weiterführende Informationen zu den Möglichkeiten des Widerrufs auf Ihrer Webseite anzeigen.

Informationen zum Widerrufsrecht ergänzen die AGB. Sie informieren die Kunden über Rahmenbedingungen und Abläufe des Widerrufs einer Bestellung.

Es ist gesetzlich vorgeschrieben, dass Betreiber eines Onlineshops ihre Kunden über das Widerrufsrecht informieren. Dabei ist es nicht ausreichend, die Widerrufsbelehrung erst im Bestellprozess anzuzeigen. Aus diesem Grund muss es auf allen Seiten Ihres Shops einen Link zur Seite über das Widerrufsrecht geben. Wir empfehlen Ihnen deshalb, das Seitenelement *Verknüpfung zur Seite Widerrufsrecht* einzubinden. Klicken Sie dazu in der Datenblattansicht auf den Link **Seitengestaltung** ganz unten auf der Seite. Siehe dazu *Seitenelemente und Navigation, Seite 117*.

Achtung: Die Informationen zum Widerrufsrecht müssen von Ihnen an die aktuellen Bedingungen Ihres Shops angepasst bzw. durch Ihre eigenen 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 117*.

Wie Sie die Einverständniserklärung für Ihre Kunden auf die Webseite einrichten, lesen Sie unter *Anmeldung, Seite 39*.

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 37*.

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 91*.

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 91*.

Für die **Darstellung** des Forums auf der Webseite können Sie zwischen einer Listenansicht und einer Baumansicht wählen.

Sie können sich per E-Mail informieren lassen, sobald ein Beitrag auf der Webseite erstellt wurde. Aktivieren Sie dazu das entsprechende E-Mail-Ereignis, siehe *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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 19* 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. 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 19* 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.

Sie können sich per E-Mail informieren lassen, sobald ein Beitrag auf der Webseite erstellt wurde. Aktivieren Sie dazu das entsprechende E-Mail-Ereignis, siehe *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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 19*.

Beiträge – Details

In den Beitragsdetails 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. 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.

Sie können sich per E-Mail informieren lassen, sobald ein Beitrag auf der Webseite erstellt wurde. Aktivieren Sie dazu das entsprechende E-Mail-Ereignis, siehe *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

Einträge

In der Tabelle sehen Sie alle Einträge zu dem Gästebuch. 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, siehe dazu *Hinzufügen von Datensätzen, Seite 19*.

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.

Das unter *Verzeichnis* angezeigte Verzeichnis ist das Verzeichnis, unter dem die Bilder in der Dateiverwaltung abgespeichert sind. Siehe *Dateiverwaltung, Seite 28*.

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 20*.

Um neue Bilder zu laden, gehen Sie vor, wie unter *Hochladen von Bildern, Seite 27* 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:

- Schlüsselwörter

Einzelne Suchwörter, 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 *Schlüsselwörter* und *Text* zur Verfügung. Bei einer Suche werden die Begriffe im Suchfeld *Schlüsselwörter* mit den Inhalten des Attributes *Schlüsselwörter* 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 zu Import und Export lesen Sie im Kapitel *Import und Export, Seite 28*.

In 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 102*
- Import/Export von Kategorie-Produkt-Zuweisungen, siehe *Import/Export von Kategorie-Produkt-Zuweisungen, Seite 102*

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 von Buchungen

Buchungen können durch Ihre Kunden über die Webseite oder durch Sie in der Administration eingestellt 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 107*.

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 104*.

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 107*.

Sie können festlegen, ob die Buchungsfunktion nur für registrierte Kunden zur Verfügung steht. Setzen Sie dazu die Option *Warenkorb nur für registrierte Kunden* in den *Warenkorbeinstellungen*.

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 Menü **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 66 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 67, Produktdetails - Kategorien, Seite 69* und *Produktdetails – Cross-Selling, Seite 75*.

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. *Geburtsstagsdekoration, 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 78*.

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 8: 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 als verfügbare Anzahl für diese Leistung angegeben haben.

Die einzelnen Symbole der Buchungsliste haben folgende Bedeutung:

Tabelle 9: 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 107*
- Klicken Sie auf den Link **Neue Buchung** und füllen Sie die Details aus, siehe *Buchungsdetails, Seite 107*
- 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 37*. 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 10: 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:

a) Zeitweise Schließung wegen Urlaubs:

- Als Startdatum ersten Urlaubstag eintragen
- Eingabe des Enddatums des Urlaubs
- Intervall: täglich
- Felder für Öffnungszeiten bleiben leer (nicht geöffnet)

b) 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 stornieren. 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 stornieren.

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 storniert*. 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-Ereignisse, Seite 52*. 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 121* und *Eigene Styles, Seite 120*.

In der **Schnellgestaltung** haben Sie einige Funktionen zur Verfügung, mit denen Sie grundlegende Designanpassungen vornehmen können, siehe *Schnellgestaltung, Seite 121*.

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 112*.

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 113*.

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 120*.

Die Webseite ist prinzipiell in folgende funktionelle Bereiche eingeteilt, siehe *Abbildung 8*.

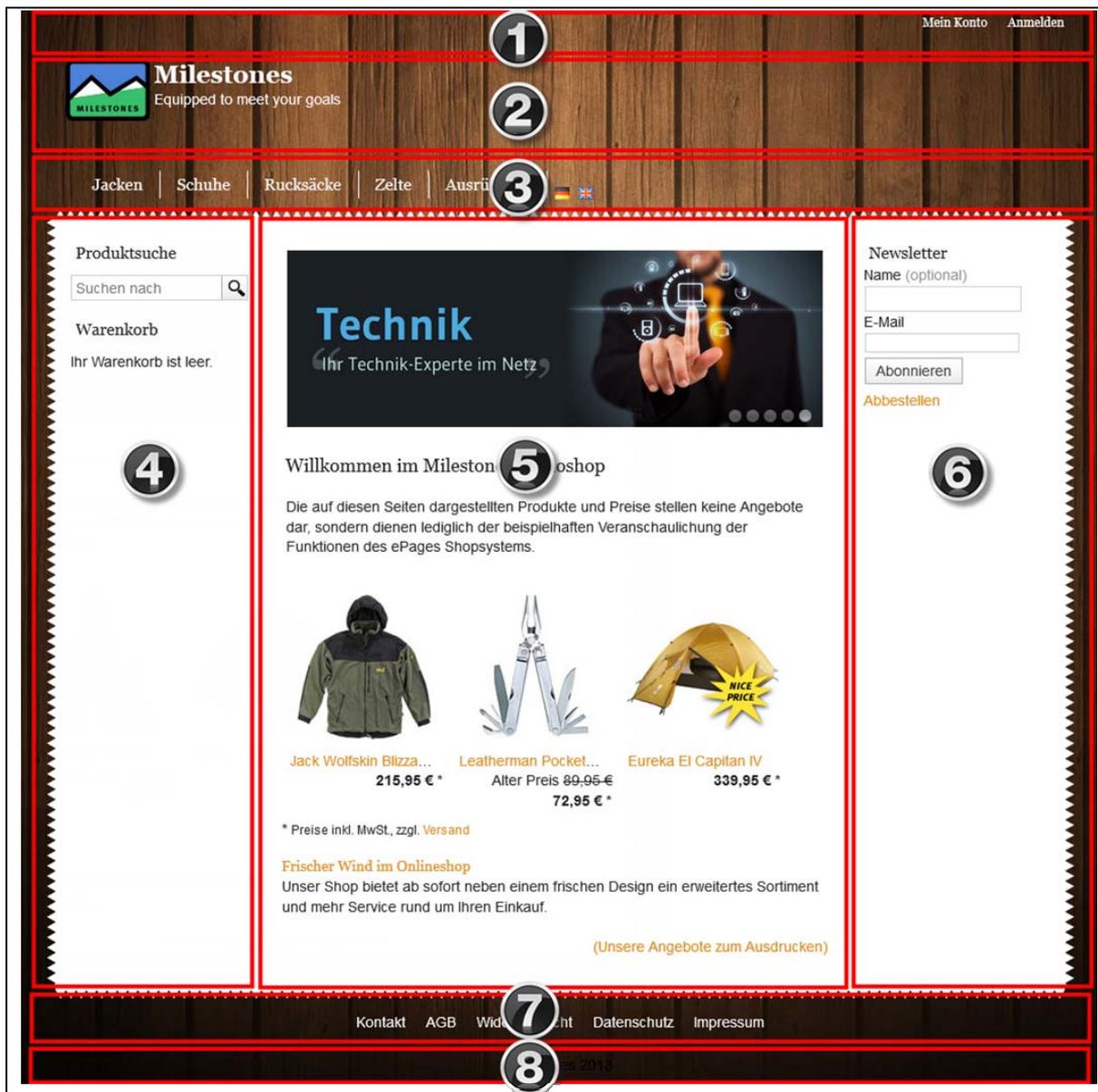


Abbildung 8: Struktur einer Webseite

- Bereich 1: *Kopfzeile 1*
- Bereich 2: *Kopfzeile 2*
- Bereich 3: *Oben*
- Bereich 4: *Links*
- Bereich 5: *Inhaltsbereich*
- Bereich 6: *Rechts*
- Bereich 7: *Unten*
- Bereich 8: *Fußzeile*

Dazu kommt noch der umgebende Arbeitsbereich des Browsers, in dem die Webseite angezeigt wird. Siehe dazu *Seitenansicht im Browser, Seite 113*.

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.

Die Seitenbereiche *Links* und *Rechts* lassen sich auf Wunsch auch *Nur auf der Startseite* einblenden. So steht die gesamte Seitenbreite zur Darstellung von Unterseiten und Produkten zur Verfügung, während auf der Startseite in der Seitenleiste zusätzliche Informationen angezeigt werden können.

Von der Bearbeitung und den Einstellmöglichkeiten her lassen sich horizontale und vertikale Bereiche sowie der Inhaltsbereich unterscheiden:

- Horizontale Bereiche: *Kopfzeile 1, Kopfzeile 2, 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, 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://www.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 120*. 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 entfernen. Klicken Sie dazu auf den Link **Vorlage entfernen**. Nach dem Entfernen 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 109*. 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 121*.

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 120*.

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 113*.

In der Multifunktionsleiste im oberen Teil des Browsers werden die entsprechend verfügbaren Funktionen angezeigt. Siehe dazu *Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 113*.

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 117*.

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 verschieden 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 114
- *Vertikale Bereiche*, Seite 116
- *Inhaltsbereich*, Seite 117

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 eingrahmt.

Funktionsgruppe *Bereich*

Hier legen Sie die Hintergrundfarbe fest und können ein Hintergrundbild laden. Die Grundlagen dazu lesen Sie in *Hochladen von Bildern*, Seite 27 und *Farbwähler*, Seite 27.

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 110*.

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 117*.

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 1, Kopfzeile 2, Fußzeile, Oben* und *Unten*, siehe *Struktur einer Webseite, Seite 110*. 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 27* und *Farbwähler, Seite 27*. 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 117*.

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

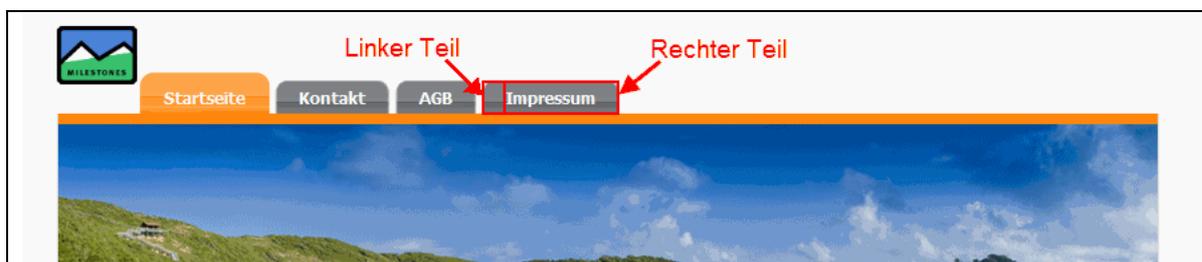


Abbildung 10: Schaltflächen als Karteikartenreiter

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 als Box*
- *Warenkorbzusammenfassung als Box*

Sie können für Box und Kopfzeile jeweils ein Hintergrundbild laden und eine Hintergrundfarbe setzen. Siehe dazu *Hochladen von Bildern, Seite 27* und *Farbwähler, Seite 27*. 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 110*. 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 27* und *Farbwähler, Seite 27*. 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 117*. 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 27* und *Farbwähler, Seite 27*. 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 27* und *Farbwähler, Seite 27*. 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 119*.

Für alle Bereiche in *Abbildung 8, Seite 110* 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 11: Funktionen für Seitenelemente

Funktion	Bemerkung
	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.
	Sie können Seitenelemente pixelgenau positionieren. Klicken Sie auf das Symbol. Befindet sich das Seitenelement in einem horizontalen Seitenbereich (z.B. Kopfzeile 1) können Sie zuerst die Ausrichtung festlegen: linksbündig oder rechtsbündig. Mit den Pfeilen lässt sich das Seitenelement positionieren.
	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 Sie 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.

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 22. Diese Suche ist schneller als die allgemeine

Suche. Für die Produktsuche verwenden Sie die Seitenelemente *Produktsuche als Box* oder *Produktsuche als 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 diese 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 25*.

- 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 25*.

- 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 121*. 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 121*.

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 (Pinzel) 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 121*.
- 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 109*.

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 119*.

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 Gruppen eingeteilt, in denen verschiedene Branchen und Designs vorgeschlagen werden. 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.

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 109* und *Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 113*.

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 28*. 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 27*.

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.

Alle Bestellungen, bei denen der Status *Gesehen* noch nicht gesetzt ist, werden fett gedruckt 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-Ereignisse, Seite 52*.

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.

Export von Bestellungen

Bestellungen können im XML-Format und im Text-Format exportiert werden.

Der Export als XML-Datei ist Grundlage für die Weiterverarbeitung z.B. in ERP-Systemen. Der XML-Export kann als Stapelverarbeitungsaktion für die Liste der Bestellungen und in den Details einer Bestellung gestartet werden.

Der Export als Text-Datei ist geeignet, um die Daten z.B. in ein Textverarbeitungssystem zu übernehmen. Dieser Export wird als Stapelverarbeitungsaktion für die Liste der Bestellungen gestartet.

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 Warenkorbzustands. 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-Ereignisse, Seite 52*.

Bestelldetails zu personalisierbaren Produkten

Wenn der Kunde eines der bestellten Produkte personalisiert hat, finden Sie in der Übersicht der bestellten Produkte Details zur Personalisierung.

Hier stehen Ihnen folgende Optionen zur Verfügung:

- Klicken Sie auf das Symbol , um sich nur die wichtigsten Infos zur Personalisierung anzeigen zu lassen.
- Klicken Sie auf das Symbol , um ein PDF-Dokument mit allen Details als Vorlage zur Produktion des personalisierten Produktes herunterzuladen.
- Klicken Sie auf das Symbol , um die Personalisierungsdetails als PDF-Datei an einen von Ihnen bestimmten Empfänger zu verschicken. Der Empfänger erhält eine E-Mail mit dem PDF-Dokument als Anhang. Hat der Kunde Bilder hochgeladen, werden diese an die E-Mail angehängt.
- Darunter befinden sich Links zu den vom Kunden angehängten Dateien.

Hinweis: Verlassen Sie sich nicht auf die vom Kunden angegebenen Größenangaben von Texten und Bildern. Wenn der Kunde beispielsweise als Schriftgröße 12 Punkt ausgewählt hat, bedeutet das nicht, dass Sie bei der Bedruckung des Produkts auch 12 Punkt als Schriftgröße verwenden müssen. Benutzen Sie wenn möglich die vom Kunden personalisierte Vorschau als Vorlage.

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 64.

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*, unten.

Je nach Art des Dokuments lässt es sich auch 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 37.

Für die einzelnen Bestellpositionen können Sie je nach Dokumenttyp verschiedene Angaben ändern 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 Versendestatus 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 Versendestatus der jeweiligen Sendung anzeigt.

Zusätzlich ist in jeder Status-E-Mail, die an den Kunden versendet wird, ein Link zur Bestellungsverfolgung eingefügt.

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 WorldPay bezahlt hat.

In der Spalte *Status* sehen Sie, für welche Bestellungen Sie die Abbuchung manuell vornehmen müssen. Nutzen Sie den Link **WorldPay-Administration öffnen**, um die Transaktionen bei 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 WorldPay-Zugänge unterstützen diesen AVS-Code. Das hängt von der Bank des Kunden und von der Art des Vertrages ab, den Sie mit 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 Erstellung 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 130*. 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 132* und *Erstellen des Newsletter-Inhaltes, Seite 133*.
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 130*.
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 129*. Zum anderen sind das die Navigationselemente *Newsletter-Anmeldung* und *Verknüpfung zur Newsletter-Anmeldung*, siehe *Seitenelemente und Navigation, Seite 117*.

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 37*.

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 133*.

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
- Nutzen der Funktion **Elemente hinzufügen**
- Import von Adressaten
- Besucher, welche sich über die Webseite für Newsletter-Kampagnen registrieren. Siehe dazu *Abonnement über die Webseite, Seite 131*.

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.

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-Ereignisse, Seite 52*. 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 117*.

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 19*.

Newsletter können auch nur über die Tabelle gelöscht werden. Siehe dazu *Löschen von Datensätzen, Seite 19*.

Newsletter-Details – Allgemein

Seite: Marketing » Newsletter » Allgemein » [kampagne] » Newsletter » [newsletter] » Allgemein

In den allgemeinen Details eines Newsletter erstellen Sie den Inhalt und bearbeiten die Versendedaten wie z.B. Sendetermin oder Absenderadresse.

Versendedaten

Versendedaten 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

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 25*.

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 Newsletters 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.

Nutzen Sie die Funktion **Elemente hinzufügen**, um Produkt- und Kategoriedaten in den Newsletter an die aktuelle Cursorposition einzufügen.

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 133* und darin speziell *Anwendung von Gutscheinen in Newslettern, Seite 135*.

Erstellen des Newsletter-Inhaltes

Bevor Sie einen Newsletter-Inhalt mit Produkt- und Gutscheindaten bearbeiten, legen Sie eine Gutscheinkampagne 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. Nutzen Sie die Funktion **Elemente hinzufügen**, um Produkte einzufügen.
8. Wählen Sie die Gutscheinkampagne.
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 – 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.

Einträge fügen Sie mit Hilfe der Funktion **Elemente hinzufügen** ein.

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 19* 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 135*.

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. Nutzen Sie dazu die Funktion **Elemente hinzufügen**.

4. Erstellen Sie die Gutschein-Codes.

Tragen Sie Ihre Gutschein-Codes manuell ein oder lassen diese automatisch erzeugen. Siehe dazu *Gutscheine - Gutschein-Codes, Seite 134*. 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, oben*.

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-Ereignissen aktiviert sein. Siehe dazu *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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-Ereignissen aktiviert sein und Sie müssen eine Empfängeradresse eintragen. Siehe dazu *E-Mail-Ereignisse, Seite 52*.

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, unten*.
- Suchmaschinen-Auswertung, siehe *Suchmaschinen-Auswertung, unten*

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.

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 eingestuft 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 35.

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 49.

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 140; 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 Kennwörter 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.

In 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.

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 die Karteikarte **Produkte** auf.
4. Fügen Sie das Produkt mit Hilfe der Funktion **Elemente hinzufügen** oder durch Direkteingabe der Artikelnummer 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 angezeigt 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.

PriceMinister

Im Gegensatz zu anderen Produktportalen werden die Produkte nicht in einer Exportdatei zu PriceMinister geschickt. Jedes Produkt muss einem existierenden Angebot im PriceMinister-Katalog zugeordnet werden. Erst nach erfolgter Zuordnung kann das Produkt dann bei PriceMinister online geschaltet werden.

Um ein Produkt im PriceMinister-Katalog zu veröffentlichen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Aktivieren Sie die entsprechende PriceMinister-Länderplattform auf der Seite **Produktportale**.
2. Rufen Sie die Detailseite auf und folgen Sie den dort angegebenen Schritten bis hin zum Eingeben Ihrer PriceMinister-Zugangsdaten.
3. Rufen Sie die Karteikarte **Produkte** auf.
4. Fügen Sie das Produkt mit Hilfe der Funktion **Elemente hinzufügen** oder durch Direkteingabe der Artikelnummer hinzu.
5. Klicken Sie auf den Produktnamen.
6. Wählen Sie aus der Liste ein PriceMinister-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 PriceMinister:

- Neuprodukte können nur von Händlern eingestellt werden, die eine kostenpflichtige Pro-Mitgliedschaft bei PriceMinister besitzen.
- Wenn für ein Produkt ein Produkt-Code gespeichert ist, wird es automatisch einem PriceMinister-Produkt zugeordnet. Existiert bei PriceMinister noch kein Produkt zu diesem Code, ist keine Zuordnung möglich. Es muss zuerst bei PriceMinister ein Produkt zu diesem Code angelegt werden.
- Sie können einen Produkt-Code direkt eintragen. Es werden dann alle PriceMinister-Produkte mit diesem Code angezeigt. Weisen Sie Ihr Produkt einem der angezeigten PriceMinister-Produkte zu. Der Code wird gleichzeitig als Produkt-Code in den Produktdetails gespeichert.
- Sie können aus der Shop-Administration heraus keine neuen PriceMinister-Produkte anlegen.
- Bei Variationsprodukten müssen Sie jede Variation einzeln zuweisen.
- Wenn Sie ein Angebot aus dem PriceMinister-Katalog löschen wollen, führen Sie im MBO in den Details des entsprechenden PriceMinister-Portals unter **Produkte** die Stapelverarbeitungsaktion *Angebot beenden* aus.

Angebotsdetails

Nach dem Zuweisen werden Ihnen die Details des Angebots angezeigt. Diese Daten werden im PriceMinister-Katalog mit aufgelistet.

Tragen Sie den Preis ein, welchen Sie über PriceMinister für Ihr Produkt erzielen wollen. Der Listenpreis des Produkts ist voreingetragen.

Legen Sie den 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 PriceMinister übertragen. Es wird aber noch nicht sofort im PriceMinister-Katalog angezeigt, weil PriceMinister die Daten noch bearbeitet.

Eigene Portale

Seite: Marketing » Produktportale » Eigene Portale

Hier können Sie für die Anbindung an weitere Produktportale Ihre Produktdaten im von Ihnen festgelegten Format exportieren. Befolgen Sie dazu die im MBO aufgeführten Schritte.

Wenn Sie nicht alle Produkte exportieren möchten, legen Sie auf der Karteikarte **Produkte** die zu exportierenden Produkte fest.

Anmerkungen zu CSV-Dateien

Der Export erfolgt im Dateiformat CSV. Für CSV-Dateien gelten unter anderem diese Besonderheiten:

- Einzelne Datensätze werden durch einen Zeilenumbruch getrennt.
- Werte innerhalb eines Datensatzes werden durch ein definiertes Trennzeichen wie zum Beispiel ein Komma getrennt.
- Möchte man innerhalb eines Wertes besondere Zeichen wie etwa Leerzeichen oder Kommata benutzen, wird dieser Wert in Anführungszeichen gesetzt.
- Beim Bearbeiten von CSV-Dateien mit Microsoft Excel kann es zu Problemen kommen. Siehe dazu *Bearbeitung von CSV-Dateien mit Microsoft Excel, Seite 30*.

Social Web

Unter Social Web versteht man das Herstellen und Pflegen von Bekanntschaften im Internet. Dabei werden Inhalte, Meinungen und vielfältige andere Informationen unter den Benutzern ausgetauscht. Plattformen hierfür sind Facebook oder Twitter.

Dieses Netzwerk bietet Gelegenheiten, den Inhalt Ihrer Webseite oder Ihres Shops bekanntzumachen. Sie haben damit weitere Kanäle, Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Sie erhöhen Ihren Bekanntheitsgrad und profitieren von Bewertungsfunktionen.

In der Shop-Administration stehen Ihnen verschiedene Funktionen zur Verfügung, Ihre Webseite mit Facebook, Twitter und verschiedenen anderen Portalen zu verknüpfen. Diese anderen Portale sind unter dem Begriff *Social Bookmarks* zusammengefasst.

In den folgenden Kapiteln beschreiben wir, wie Sie diese Anbindungen nutzen.

Wie Sie Ihre Webseite mit Facebook verknüpfen können

Mit Hilfe des *Like-Buttons* können Besucher Ihre Webseiten bewerten. Gleichzeitig sehen sie, wie vielen anderen Besuchern diese Seite gefallen hat. Sie können damit also anzeigen, wie beliebt und bekannt Ihre Webseite ist. Um diese Funktion zu nutzen, müssen Sie selbst nicht bei Facebook registriert sein.

Den Facebook-Button platzieren Sie auf den Produktdetailseiten oder auf anderen Seiten. Zusätzlich zum *Like-Button* können Sie Ihren Besuchern die Bilder seiner Facebook-Freunde anzeigen, denen die angezeigte Seite ebenfalls gefällt. Dazu muss der Kunde im Hintergrund bei Facebook angemeldet sein.

Die entsprechenden Einstellungen für die Produktdetailseiten finden Sie hier: *Marketing» Social Web» Facebook » Facebook-Button*.

Auf anderen Seiten fügen Sie die entsprechende App in ein Textfeld ein.

Weiterhin können Sie die Daten Ihrer Facebook-Seite auf der Webseite anzeigen. Dafür gibt es die App *Facebook-Box*. In der Box werden Bild und Name der Facebook-Seite, Ihre aktuellen Meldungen auf dieser Seite und eine Liste der Freunde, denen diese Seite gefällt angezeigt. Voraussetzung dafür ist, dass Sie bei Facebook eine entsprechende Seite eingerichtet haben. Tragen Sie die URL dieser Seite in die Einstellungen für die App ein (Feld *Facebook-Seite*).

Eine weitere Möglichkeit ist die Anzeige von Produkten Ihres Shops auf Ihrer Facebook-Seite. Hier können Sie entweder die Produkte der Startseite oder die Aktionsprodukte anzeigen. Wenn Besucher auf eines der Produkte klicken, werden sie in Ihren Shop geleitet.

Die entsprechenden Einstellungen finden Sie hier: *Marketing » Social Web » Facebook » Shop in Facebook*.

Wie Sie auf Ihrer Webseite Social Bookmarks verwenden können

Mit Hilfe dieser Links können Ihre Besucher die URL einer Seite beim jeweiligen Dienst bekanntmachen und entsprechende Kommentare dazu abgeben. Damit sorgen Sie dafür, dass Ihre Webseite in den dazugehörigen Communities zu sehen ist.

Die entsprechenden Einstellungen für die Produktdetailseiten finden Sie hier: *Marketing » Social Web » Social Bookmarks » Allgemein*.

Auf anderen Seiten fügen Sie die entsprechende App aus der Gruppe *Social Bookmarks* in ein Textfeld ein.

Google AdWords

Google AdWords ermöglicht es Unternehmen, ihre Anzeigen schnell und einfach in den Suchergebnissen von Google sowie in Partner-Werbenetzwerken (in anderen Suchmaschinen mit Google-Technologie und auf Websites mit Werbung von Google-AdWords-Inserenten) zu schalten. Über Google AdWords können die Unternehmen ihre Anzeigen so schalten, dass sie potenziellen Kunden bei Suchanfragen mit Bezug auf die Dienstleistungen des Unternehmens angezeigt werden.

Inserenten, die eine Kampagne in Google AdWords erstellen, können:

- ihre Anzeigen einer nach Standorten und Sprachen definierten Zielgruppe anzeigen lassen.
- das von ihnen gewünschte Budget verwalten.
- die Keywords für ihre Anzeigen ebenso wählen wie die Anzeigentexte.
- diese Einstellungen jederzeit ändern.
- die Kampagnen auf andere Formate und Geräte erweitern (Image-Anzeigen, Video-Anzeigen und interaktive Anzeigen sowie Kampagnen in Google Maps oder auf Mobilgeräten).

Die Inserenten zahlen nur dann, wenn ein Benutzer auf die Anzeige klickt und so auf die beworbene Webseite zugreift.

Unter dem folgenden Link erhalten Sie weitere Informationen über Google AdWords und die Anmeldung einer Kampagne: <http://adwords.google.de/>

Außerdem finden Sie kostenlose AdWords-Online-Kurse auf:

<http://support.google.com/adwords/bin/static.py?hl=de-419&page=webinars.cs>

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 117*.

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, 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 147*.

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 58*.

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 58* und *Allgemeine Einstellungen, Seite 58*.
3. Erstellen Sie sich eine Vorlage, mit der Sie Ihre Produkte bei eBay präsentieren wollen, siehe *Vorlagen, Seite 59*.
4. Bereiten Sie die betreffenden Produkte vor.
5. Richten Sie Vorgabewerte für Ihre Angebote ein, die für jedes neue Angebot automatisch voreingestellt werden. Siehe *Vorgabewerte, Seite 149*.
6. Fügen Sie die Produkte mit Hilfe der Funktion **Elemente hinzufügen** 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 12: 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 13: 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 Standes 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. Das Angebot wird geprüft und zu eBay gesendet. Für neue Angebote werden die Vorgabewerte verwendet, siehe *Vorgabewerte, Seite 149*.

Alternativ ist es auch möglich, direkt von einem Produkt aus ein neues Angebot zu erstellen. Siehe dazu *eBay, Seite 76*.

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 *Angeboteinstellungen / eBay-Assistent, Seite 147*. 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 149*.

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 58*.

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 59*. 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 Kategorienummer 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 67*. 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 147*.

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 14: 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 58</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 15: 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 58</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 58</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 bzw. E-Mail-Adresse und Kennwort Zugang zu einer Anwendung zu erhalten. Oft wird auch die Kombination aus Benutzername bzw. E-Mail-Adresse 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</i> , Seite 22.
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.

Feststell taste	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 verschiedene 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 90</i> und <i>Multifunktionsleiste und Gestaltung, Seite 113</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, Seite 66</i> .
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.
Sitzungsscookies	Ein Sitzungsscookie ist eine kleine Textinformation, die beim Aufruf bestimmter Internetseiten (Beginn der Sitzung) in den Speicher des Browsers geschrieben wird. Über diesen Sitzungsscookie werden Sie berechtigt, alle Funktionen der Webseite zu nutzen. Nach dem Abmelden oder Schließen des Browsers (Ende der Sitzung) wird der Sitzungsscookie 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 25</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

Abhängigkeiten	45
Ablage	16
Administrationsnavigation	15
Administratordaten	33
Adresse	37
Alternativangebote	75
Amazon	141
Anfrage zum Produkt	136
Ansichten der Webseite	18
Arbeitsbereich	16
Attributtypen	22
<i>Datei</i>	23
<i>Datum</i>	23
<i>Datum und Zeit</i>	23
<i>Ganze Zahl</i>	23
<i>Geld</i>	23
<i>ja/nein</i>	23
<i>Kommazahl</i>	23
<i>Kundenoptionen</i>	23
<i>Optionen</i>	22
<i>Sprachabh. Datei</i>	23
<i>Sprachabh. Text mit Werteauswahl</i>	22
<i>Sprachabhängige Optionen</i>	22
<i>Sprachabhängiger Text</i>	22
<i>Text</i>	22
<i>Text mit Werteauswahl</i>	22
<i>Zeit</i>	23
Auslastung	36

B

Benutzerverwaltung	37
<i>Anmeldung</i>	39
<i>Registrierung</i>	38
Bestellungen	123
<i>Bearbeitungsmodus</i>	124
<i>Details</i>	123
<i>Details bearbeiten</i>	124
<i>Dokumente</i>	125
<i>UPS-Lieferschein</i>	126
<i>Warenkorbeinstellungen</i>	52
Bestellungsverfolgung	127
Bilder	27
Buchungen	107
Buchungssystem	103

C

Cross-Selling	75, 76
<i>Alternativangebote</i>	75
<i>Ergänzungsprodukte</i>	75
<i>Referenzen</i>	75
<i>Zubehör</i>	75

D

Datenblattansicht	
<i>Allgemein</i>	91
<i>Bilder</i>	93
<i>Produkte</i>	93
<i>Seiten</i>	92
Design bearbeiten	112
Download-Produkte	
<i>Downloads</i>	65

E

eBay	76, 145
<i>Angebote</i>	145
<i>Authentifizierung</i>	59
<i>Bestellungen</i>	149
<i>Einstellungen</i>	58
<i>Konten</i>	58
<i>Vorgabewerte</i>	149
<i>Vorlagen</i>	59
Eigene Styles	120
Einstellungen	35
Einstellungen für Bestelldokumente	60
E-Mail-Ereignisse	52
Ergänzungsprodukte	75
Erzeugen der UPS-Kontrollnummer	126
etracker-Statistiken	136
<i>Anmeldung</i>	137
<i>Konto einrichten</i>	137
<i>Registrierungsdaten</i>	137
<i>Seiten</i>	138
<i>Suchmaschinen-Auswertung</i>	137
Export	29
<i>Kategorien</i>	101
<i>Kundenexport</i>	86
<i>Produktexport</i>	80

F

Favoriten	17
-----------	----

G

Geschäftszeiten	37
Gestaltung	109
<i>Navigation</i>	117
Gestaltungsgrundlagen	109
Google Adwords	144
Gutscheine	133

H

Hilfe	18
Hochladen von Bildern	27
Horizontale Bereiche	111

I		<i>Texte</i>	129
Import	29, 30	O	
<i>Kategorien</i>	101	Optionen	
<i>Kundentimport</i>	86	<i>Verwendung</i>	24
<i>Produktimport</i>	80	Order-Tracking	127
Importdatei	30	P	
Inhaltsbereich	111	Portale	76
K		Preise	73, 74
Kategorien	89	Preislisten	79
<i>AGB</i>	97	<i>Details</i>	79
<i>Datenschutzerklärung</i>	98	<i>Erweiterte Einstellungen</i>	79
<i>Impressum</i>	97	<i>Kunden</i>	79
<i>Kategorie</i>	96	<i>Warenkorbrabatt</i>	79
<i>Redaktionelle Seite</i>	96	PriceMinister	142
<i>Widerrufsrecht</i>	97	Produktbewertung	80
Kunden	83	Produkt-Bundles	62
<i>Adressdaten</i>	83	<i>Bundle-Produkte</i>	63
<i>Anmeldung</i>	84	Produkte	61
<i>Benutzerdaten</i>	84	<i>Beschreibung</i>	66
<i>Bestellungen</i>	85	<i>Beschreibung</i>	66
<i>Datenabgleich</i>	85	<i>Bilder</i>	67
<i>Kundenattribute</i>	86	<i>Download-Produkt anlegen</i>	64
<i>Kundengruppen</i>	85	<i>Einzelprodukt anlegen</i>	62
<i>Kundenkonto</i>	83	<i>Kategorie</i>	69
<i>Lieferadresse</i>	84	<i>Lager</i>	66
<i>Neue Bestellung</i>	85	<i>Mengenrabatt</i>	73
<i>Rechnungsadresse</i>	84	<i>Neu anlegen</i>	61
<i>spezielle Attribute</i>	84	<i>Personalisierbares Produkt anlegen</i>	65
Kundendaten	83	<i>Personalisierung</i>	72
L		<i>Preise</i>	73
Ladezeiten	36	<i>Produkt mit Variationen anlegen</i>	62
Ländereinstellungen	49	<i>Produkt-Bundle anlegen</i>	62
<i>Länder</i>	50	<i>Rabattberechnung</i>	75
<i>Regionen</i>	51	<i>spezielle Attribute</i>	67
<i>Sprachen</i>	49	<i>Staffelpreise</i>	73
<i>Währungen</i>	50	<i>Suche</i>	81
Löschen		<i>Variationen</i>	69
<i>Sicherheitsabfrage</i>	33	<i>Vergleichspreis</i>	66
M		<i>Versandangaben</i>	67
Marketing	129	<i>Werterabatt</i>	74
Multifunktionsleiste und Gestaltung	113	Produkteinstellungen	54
N		<i>Auto Cross-Selling</i>	55
Newsletter	131	<i>Produktvergleich</i>	55
<i>Abonnement</i>	131	<i>Texte</i>	55
<i>Allgemeine Details</i>	132	<i>Verfügbarkeitsoptionen</i>	54
<i>Empfänger</i>	133	Produktempfehlungen	136
<i>Inhalt erstellen</i>	133	Produktportale	76, 138
Newsletter-Kampagnen	129	Produktreferenzen	75
<i>Adressaten</i>	130	Produkttypen	77
<i>Allgemeine Details</i>	130	<i>Attribute</i>	78
<i>Neu anlegen</i>	129	<i>Basisprodukttyp</i>	77
<i>Newsletter anlegen</i>	129	<i>Darstellung</i>	78
		<i>Werteauswahl für Attribute</i>	78

R

Ratenzahlung 48

S

Seiten
Aktionsprodukte 96
Startseite 95
Verknüpfung 96
 Seitenansicht im Browser 113
 Seiten-Cache 35
 Seitenelement 117
 Seitenleiste 16
 Sichtbarkeit 22
 Social Web 143
 Sortierschlüssel 20
 Speichern 18
 Sprachabhängigkeit 21
 Status 35
 Steuerberechnung 40
 Steuergebiete 40
 Steuerklassen 41
 Steuermatrix 40
 Steuermodelle 41
 Styles 120
Vorlagen 121
 Suche 20, 81
 Suche auf der Webseite 118
 Sucheinstellungen 56
 Suchstatistik 57
 Symbolset 114

T

Tabellen
Bearbeiten von Einträgen 19
Hinzufügen von Einträgen 19
Löschen von Einträgen 19
Markieren in Tabellen 20
Sortieren per Sortierschlüssel 20
Stapelverarbeitung in Tabellen 20
 Tabellen 19
 Text mit Werteauswahl
Verwendung 23
 Textfelder 25

WYSIWYG-Editor 25
 Trusted Shops Zertifizierung 144

V

Variationen 69, 72
Cross-Selling 76
Erweiterung mit Variationsassistent 71
Variationsassistent 70
 Verlauf 17
 Versandmethoden 42
Abhängigkeiten 45
Anzahl der Produkte im Warenkorb 43
Freie Lieferung 42
Freigrenze 43
Gewicht der Produkte im Warenkorb 43
Preis des Warenkorbes 43
Versand über DHL 44
 Versandoptionen 45
Allgemeine Details 45
Auswahl 45
 Vertikale Bereiche 111
 Voreinstellungen 21

W

Währungen 50
Schweizer Franken 50
 Warenkorb
Aktionen 52
Einstellungen 52
Hinweistexte 53
Hinzufügen 52
 WarenkorbEinstellungen
Registrierung 53
 Warenkorbrabatt 79
 Webseitenaktualisierung 36
 WYSIWYG-Editor 25

Z

Zahlungsmethoden 46
Kreditkarte, manuell 48
Kundengruppen 46
Ratenzahlung 48
 Zubehör 75

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 © 2013 ePages GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Manual EPG57