

## Inhaltsverzeichnis

1 Überblick.....	2
2 Vorbereitung.....	3
2.1 Wahl der Shop-Adresse.....	3
2.2 Verschlüsselungs-Zertifikat.....	4
2.3 Datenabgleich mit WWS.....	5
2.3.1 Artikel-Kopplung.....	5
2.3.2 Kunden-Kopplung.....	6
2.3.3 Auftrags-Kopplung.....	6
3 Eintragung des Shops auf der Plattform.....	8
3.1 Registrierung des Anbieter-Slots.....	8
3.2 Einrichtung des Anbieter-Hosts.....	8
4 Einrichtung des Shops.....	10
4.1 Support-Hinweis.....	10
4.2 Grundkonfiguration.....	10
4.3 Artikel.....	11
4.3.1 LMIV-Daten.....	13
4.3.2 Import.....	14
4.4 Kunden.....	15
4.4.1 Import & Export.....	15
4.4.2 Lieferdatum, Vorlauf & kundenspezifische Liefertage.....	17
4.4.3 Merkzettel.....	19
4.5 Sicherungen und Wiederherstellungen.....	20
4.6 Aufträge.....	20
4.6.1 Export.....	22
4.6.2 Import.....	23
4.7 Gestaltung des Shop-Frontends.....	23
4.8 Anpassung des Frontends.....	26
5 Freischaltung des Shop-Frontends.....	28

# 1 Überblick

Die AFMO Web-Shop-Plattform erlaubt die Verwaltung und das Hosting beliebig vieler Mitglieder-Shops („Slots“). Die Plattform sowie die einzelnen Shops sind administrativ voneinander getrennt.

Die Einrichtung eines neuen Shops auf der Plattform besteht regulär aus den folgenden Schritten:

1. Konfiguration der zu verwendenden Adresse (Host/Domain)
2. Registrierung des Anbieter-Slots (Shop-Administration)
3. Registrierung des Anbieter-Hosts (Shop-Frontend)
4. Grundkonfiguration des Shops (AGB, Zahlungsoptionen, Versand)
5. Einrichtung der Schnittstellen (Artikel, Kunden, Aufträge)
6. Gestaltung des Shop-Frontends (Schaufenster, Menüs, Footer, Design)
7. ggf. Anpassung des Shop-Frontends (Customizing)
8. Freischaltung des Shop-Frontends

Schritte 1-3 und 8 müssen durch expedo sowie einen Haupt-Administrator ausgeführt werden, Schritte 4-6 können im Anschluss durch den Shop-Administrator erfolgen. Schritt 7 erfolgt bei Bedarf durch expedo (Programmanpassung).

Die shopübergreifende Plattform-Administration erfolgt über die Adresse:

<https://afmo.shopdriver.de/admin/>

Zugriffsberechtigt sind die Haupt-Administratoren, einzurichten im Menü

Konfiguration → Administration → Admin-Logins

Die Shop-Administration erfolgt über die jeweilige shopspezifische Adresse:

`https://<Shopadresse>/slotadmin/`

(bspw. <https://ludewig.afmo.shopdriver.de/slotadmin/>)

Zugriffsberechtigt sind hier der jeweilige Slot-Administrator sowie die Haupt-Administratoren. Hinweis: hier muss der Login des Shops verwendet werden.

## 2 Vorbereitung

### 2.1 Wahl der Shop-Adresse

- **Teilen Sie expedo die gewünschte(n) Shop-Adresse(n) mit.** Alle zu verwendenden Adressen müssen von expedo vor der Verwendung im Shopsystem dem Server zugeordnet werden.

Aktuell ist noch keine Top-Level-Domain als AFMO-Hauptdomain eingerichtet, statt dessen wird hierfür die von expedo bereitgestellte Subdomain „afmo.shopdriver.de“ verwendet.

Jeder AFMO-Mitgliedershop erhält und verwendet eine eigenständige Adresse. Dies kann eine Subdomain der AFMO-Hauptdomain sein (nach dem Schema „<shoplogin>.afmo.shopdriver.de“), oder eine eigenständige Adresse wie „shop.ludewig-gmbh.de“ oder „www.eifel-shop.de“. Auch mehrere Adressen können für einen Shop aufgeschaltet werden, eine davon sollte jedoch als Hauptadresse definiert werden.

Neue Domains können bei expedo gebucht werden, teilen Sie expedo dazu bitte die vollständigen Inhaberdaten mit, sowie ob das E-Mail-Hosting für die Domain eingerichtet werden soll.

Änderungen bestehender Domains müssen vor der Aufschaltung bei dem jeweiligen Provider ausgeführt werden.

Für die Verwendung einer **externen Domain oder Subdomain** muss dabei der Verweis auf den AFMO-Server in der Domainverwaltung für den/die gewünschten **Hostnamen/Subdomains** eingetragen werden, sowie der **SPF-Eintrag** erstellt oder erweitert werden.

Als Eintragsart für den **Hostnamen** ist dabei Typ „**CNAME**“ (Alias) zu wählen, Gültigkeitsdauer „1H“ (eine Stunde). Die zu verwendende CNAME-Ziel-Adresse ist die vom System vergebene Standardadresse des Shops, nach dem Schema:

```
<shoplogin>.afmo.shopdriver.de
```

**Wichtig:** falls bei **externem Domain-Hosting** die IP-Adresse des Servers per **A-Eintrag** verwendet wurde, so muss diese Adresse im Fall eines Serverumzugs **zeitnah** vom Inhaber der Domain aktualisiert werden. expedo teilt einen anstehenden Umzug rechtzeitig mit und informiert dabei über die neue IP-Adresse.

Ist die Domain bei expedo gehostet, so werden alle nötigen Änderungen von expedo im Rahmen des Serverumzugs durchgeführt.

Der **SPF-Eintrag** (Sender Policy Framework, Freigabe des Servers für den Mailversand) muss für alle Domains vorgenommen werden, in deren Namen der Shopserver e-Mails versenden wird. D.h. falls Sie als Mailadresse(n) im Shop „[bestellung@mein-firmenname.de](mailto:bestellung@mein-firmenname.de)“ u.ä. verwenden möchten, muss der SPF-Eintrag der Domain „mein-firmenname.de“ geändert werden, um dem Server die Sendeerlaubnis zu erteilen.

In der Regel sollte jede Domain mindestens die genutzten Mail- und Webserver mit einer SPF-Freigabe versehen. Falls **noch kein SPF-Eintrag** in Ihrer Domain eingerichtet ist, so erstellen Sie einen mit Satztyp „**TXT**“, Gültigkeit 1 Stunde, mit folgendem Inhalt:

```
v=spf1 include:expeedo.de -all
```

Bitte beachten Sie, dieser Eintrag gibt den Versand ausschließlich für die expeedo-Server frei – fragen Sie ggf. Ihren Hoster, ob weitere Regeln benötigt werden. Falls bereits ein **SPF-Eintrag vorhanden** ist, erweitern Sie diesen an passender Stelle (vor dem abschließenden „-all“ oder „~all“) um:

```
include:expeedo.de
```

Achten Sie darauf, die Regel per Leerzeichen von den bereits vorhandenen Regeln zu trennen. Dies erlaubt den expeedo-Servern zusätzlich den Mailversand im Namen der Domain.

Nach der Aktualisierung der Domain können Sie mit folgendem Tool überprüfen, ob der SPF-Eintrag korrekt ist:

<https://www.spf-record.de/spf-lookup/>

Bei Buchung einer Domain über expeedo übernimmt expeedo die SPF-Einrichtung dafür.

## 2.2 Verschlüsselungs-Zertifikat

expeedo stellt kostenfrei und automatisch Standard-SSL-Zertifikate von Let's Encrypt für alle Adressen zur Verfügung.

Let's Encrypt ist eine spendenfinanzierte gemeinnützige Organisation, Spenden sind online möglich unter:

<https://letsencrypt.org/donate/>

Sofern für einen Shop ein **Zertifikat mit erweiterter Inhaberprüfung** („EV“ = Extended Validation) gewünscht ist, kann dies bei expeedo gebucht oder extern eingekauft werden. Bitte nehmen Sie dazu ggf. Kontakt mit dem Support auf.

## 2.3 Datenabgleich mit WWS

In der Regel wird ein automatischer Datenabgleich zwischen dem Shop und dem Warenwirtschaftssystem benötigt. Das Shopsystem unterstützt hierfür sowohl allgemeine Schnittstellen für Standardformate als auch spezifische Schnittstellen für bestimmte Warenwirtschaftssysteme.

Zu klärende Punkte:

- Welches Warenwirtschaftssystem / ERP-System in welcher Version wird eingesetzt?
- Wer ist technischer Ansprechpartner für die Anbindung?
- Existiert für das System eine spezifische Schnittstelle in der AFMO-Plattform?
  - Schnittstellen für allgemein verwendete WWS werden plattformweit implementiert und bereitgestellt. Die Koordination und Priorisierung erfolgt durch die AFMO.
- Welche Import- und Exportformate werden unterstützt?
- Welche Übertragungswege werden unterstützt?
- Welche Daten sollen abgeglichen werden?
- Wie oft soll der Abgleich erfolgen?
- Welche betriebsspezifischen Besonderheiten sind zu berücksichtigen?

expeedo stellt **FTP- und SFTP-Konten** nach Bedarf auf dem AFMO-Server zur Verfügung. Die Einrichtung erfolgt nach der Registrierung des Shops auf der Plattform.

### 2.3.1 Artikel-Kopplung

Vorüberlegungen:

- Sind GTIN (EAN) für die LMIV-Datenanreicherung vorhanden?
  - Falls nein: stehen LMIV-Attribute oder -Dateien (PDF) zur Verfügung?
- Ist eine geeignete Kategorisierung der Artikel vorhanden?
- Stehen verkaufsfördernde Artikelbeschreibungen und -bilder zur Verfügung?

- Hinweis: Bilder müssen nur in der höchsten Auflösung eingespielt werden, Skalierungen werden vom System automatisch erstellt
- Erfolgen Stammdatenabgleich, Preis- und Bestandsupdates separat?
- Sind kundenspezifische Freigaben, Preise und Rabatte zu berücksichtigen?
- Werden Artikeldaten aus mehreren Quellen zusammengesetzt?
  - bspw. Bilder und Texte vom Hersteller, Preise und Bestände aus dem WWS
- Sollen im Shop angereicherte Artikeldaten in das WWS zurückgespielt werden?

## 2.3.2 Kunden-Kopplung

Eine Kopplung der Konten zwischen WWS und Shop ist optional, im einfachsten Fall kann der Shop mit unabhängigen Kundenkonten arbeiten. Die für die Auftragsbearbeitung benötigten Kundendaten werden mit den Auftragsdaten übertragen.

Vorüberlegungen:

- Soll der Kundenstamm des WWS mit dem des Shops gekoppelt werden? Falls ja:
  - Sind Email-Adressen, Logins und Passwörter für Kunden im WWS vorhanden?
  - Können diese auch für den Shop verwendet werden? (Passwörter müssen für eine Datenübernahme unverschlüsselt vorliegen, Logins müssen eindeutig sein)
- Ist die Online-Neuregistrierung für Kunden im Shop erlaubt?
  - Falls ja: muss zunächst eine Prüfung und Freigabe des Neukunden erfolgen?
  - Wer nimmt die Freigabe vor?
  - In welchem System erfolgt die Freigabe?
  - Erfolgt ein Rückabgleich der Freigaben zwischen Shop und WWS, falls ja wie?

## 2.3.3 Auftrags-Kopplung

Die grundsätzliche Kopplung besteht in der Übermittlung neuer Aufträge aus dem Shop an das WWS. Darüber hinausgehend kann eine erweiterte bidirektionale Kopplung realisiert werden.

## Vorüberlegungen:

- Sollen Kunden Aufträge im Shop stornieren oder ändern können, oder sollen externe Zahlungsarten (bspw. Amazon, Paypal, ...) verfügbar sein?
  - falls ja: wie verarbeitet das WWS die entstehenden Auftragsupdates (Zahlungsfreigaben, Stornierungen, ...)?
- Sollen Auftragsupdates (Stornierung, Versandstatus, Tracking-ID, ...) vom WWS in den Shop übertragen werden?
  - falls ja muss das WWS den Shop-Auftragsschlüssel speichern und für Updates verwenden
- Soll der Shop bei Statusänderungen automatisch Emails versenden (bspw. zum Versandstatus)?
- Sollen Aufträge aus anderer Quelle (bspw. Faxbestellungen) aus dem WWS in den Shop überspielt werden?
  - Hintergrund: der Kunde kann dann bspw. über seinen Kontobereich im Shop seine vollständige Auftragshistorie aufrufen und einsehen, ansonsten steht dort nur die Historie der im Shop generierten Aufträge zur Verfügung

## 3 Eintragung des Shops auf der Plattform

Die Arbeiten dieses Abschnitts erfolgen über die Haupt-Administration.

**Melden Sie sich als Haupt-Administrator an:**

<https://afmo.shopdriver.de/admin/>

### 3.1 Registrierung des Anbieter-Slots

- **Mall → Slots verwalten → Neuer Eintrag**
  - Tab „Kundendaten“: mit den Betreiberdaten ausfüllen
  - Tab „Support“:
    - Login/Passwort: eintragen / Vorschlag übernehmen – der Slot-Login muss systemweit eindeutig sein, das System prüft dies und meldet ggf. einen Fehler
    - Slot-Hauptadresse: Domain + Host der kanonischen Hauptadresse des Anbieters eintragen, bspw. bei „shop.ludewig-gmbh.de“ Domain „ludewig-gmbh.de“ und Host „shop“
  - Speichern

### 3.2 Einrichtung des Anbieter-Hosts

- **Präsentation → Site-Struktur → Hosts & Domains → Hostklassen: Neue Klasse anlegen**
  - Hostklasse: tragen Sie hier den Slot-Login ein (Konvention)
  - Kanonischer Host: zusammengesetzte kanonische Adresse ohne „https://“, im Beispiel „shop.ludewig-gmbh.de“
  - Skin-Theme: „bs1“ eingeben
  - Kundenregistrierung nach Wunsch des Anbieters einstellen
    - Standard = Online-Registrierung erlaubt (Konten bleiben bis zur Freigabe gesperrt)

- Falls eine Email-Registrierung gewünscht ist (ohne Kontoeintrag), tragen Sie bitte als Registrierungsformular „RegisterRequest.Ludewig“ ein. Falls eine andere Formular-Konfiguration gewünscht ist sprechen Sie bitte den Expeedo-Support an.
- Slot-Freigabe & Kunden-Slot: jeweils den neu angelegten Anbieter-Slot auswählen
- Speichern
- Skin-Style: „AFMO“ auswählen
- erneut Speichern
- **[Fenster links, an der neuen Klasse:] Eingangsseite**
  - Eingangsseite einschalten: falls der Shop nicht öffentlich sein soll „Ja“, sonst „Nein“
  - Text: hier kann ein Begrüßungstext (HTML) eingetragen werden
  - Login-Modus: i.d.R. ist hier für einen neuen Shop „Master-Passwort“ die sinnvollste Einstellung, dazu wird darunter das gewünschte Passwort eingetragen
  - Speichern
- **[Fenster links, ganz unten:] Neuen Host einrichten**
  - Host: Hostnamen eintragen, im Beispiel „shop“
  - Domain: Domain eintragen, im Beispiel „ludewig-gmbh.de“
  - Host-Klasse: die neu angelegte Klasse auswählen
  - Speichern
- ggf. zusätzliche alternative Hosts des Anbieters hinzufügen per „Neuen Host einrichten“

## 4 Einrichtung des Shops

Die Shop-Einrichtung erfolgt über die Slot-Administration.

- **Melden Sie sich als Slot-Administrator an:**
  - entweder mit Login und Passwort des Shops über die Shop-Adresse, im Beispiel: <https://shop.ludewig-gmbh.de/slotadmin/>
  - oder als Haupt-Administrator per Klick auf das Werkzeugsymbol in der Slot-Liste.

### 4.1 Support-Hinweis

**Bitte verwenden Sie für alle Supportanfragen das Online-Supportsystem (Ticketsystem):**

- **Support → Neues Ticket / Tickets**

Technischer Support erfolgt durch expedo. Das Ticketsystem wird durch expedo auch außerhalb der Geschäftszeiten sowie an Wochenenden und Feiertagen hinsichtlich dringender Notfälle überwacht.

### 4.2 Grundkonfiguration

- Gehen Sie das Konfigurationsmenü durch, prüfen und ergänzen Sie fehlende Daten wie **AGB** und **Widerrufshinweise**, stellen Sie die gewünschten Zahlungsarten ein etc..
- Die Standard-**Versandkostenberechnung** (Punkt Logistik) arbeitet gestaffelt nach dem Gewicht der Lieferung, hierbei kann ein Basispreis bis zu einem Basisgewicht sowie ein gewichtsabhängiger Aufpreis eingetragen werden. Genügt dies nicht, so teilen Sie expedo bitte die Rechenvorschrift für Ihre Versandkosten mit.
- Den Menüpunkt „**Datenaustausch**“ finden Sie zusätzlich in den Menüs „Artikel“, „Kunden“ und „Aufträge“. Datenaustausch-Profile definieren die Einstellungen der eingerichteten Importe und Exporte der verschiedenen Datenbereiche. Die Verwaltung fasst die unterschiedlichen Einstellmöglichkeiten je nach Datentyp und Richtung unter einer Benutzeroberfläche zusammen. In den anderen Menüs wird dieselbe Verwaltung aufgerufen, nur mit Vorbelegung des Filters auf den jeweiligen Datentyp.

## 4.3 Artikel

Die AFMO-Plattform stellt einen Online-Editor sowie verschiedene Import- und Exportformate für Artikel und Artikelkategorien zur Verfügung.

Artikeldaten werden **zweistufig** verarbeitet: Importe und Online-Editor verändern die administrative Datenbank, diese wird durch die **Veröffentlichung** für das Shop-Frontend aufbereitet und freigegeben. Die reguläre Veröffentlichung erfolgt stündlich für die gesamte Plattform, der Shop-Administrator stellt ein, ob der Shop automatisch einbezogen wird oder die Aktualisierung manuell ausgelöst werden muss. Ein **Veröffentlichungs-Stopp** oder die **Sperrung** einzelner Artikel kann jederzeit durch den Shop-Administrator ausgeführt werden und wird sofort im Shop-Frontend wirksam. Die erneute Listung gestoppter Artikel benötigt eine reguläre Veröffentlichung.

**Artikelkategorien** („Kataloge“) können hierarchisch aufgebaut werden. Artikel können mehreren Kategorien zugeordnet sein. Kategorien sind im Shop über eine Navigationsbox aufrufbar und können wahlweise in das Menü integriert werden (Konfiguration → Menüs). Die Darstellung im Shop kann durch Bilder und Texte angereichert werden.

*Hinweis:* Artikelkategorien werden in WWS oft „Warengruppe“ genannt. Im Artikel-Editor steht ebenfalls ein Feld „Warengruppe“ zur Verfügung, dies ist jedoch nicht hierarchisch und nicht für die Aufnahme von Shop-Kategorien gedacht. Bitte verwenden Sie die Kataloge zu diesem Zweck.

*Tipp:* Artikelkategorien müssen i.d.R. nicht manuell angelegt werden sondern können über den Import automatisch angelegt werden. Die Übergabe der Kategoriepfade kann dabei zusammen mit den Artikelstammdaten erfolgen.

Artikel können in administrative **Segmente** unterteilt werden, die unabhängig voneinander per Import aktualisierbar sind, und separat aktiviert & deaktiviert werden können. Segmente sind insbesondere hilfreich, wenn Artikeldaten aus mehreren Quellen verwaltet werden sollen.

**Kundenspezifische Artikel** werden über die Freigabe von Artikeln für Kundengruppen realisiert. Jeder Kunde kann mehreren Kundengruppen angehören, es gibt zusätzlich allgemeine Freigabeklassen für alle Kunden (Standardfreigabe) sowie Kunden ohne Gruppenzugehörigkeit.

Die **Preisberechnung** für Artikel erlaubt drei frei wählbare Einheiten: Verpackung (Set), Stück und Inhalt. Preise und Mengen beziehen sich auf die Verpackungseinheit (Set / VPE), sie ist die kleinste bestellbare Verkaufseinheit. Eine VPE enthält ggf. mehrere Stückeinheiten und/oder eine definierte Inhaltsmenge (bspw. 250 ml). Zur Inhaltsmenge kann die Vergleichsmenge (bspw. 1000 ml) hinterlegt werden. Stück- und Inhaltspreise werden automatisch ausgehend von der VPE berechnet.

Beispiel: ein Kasten Bier mit 24 Flaschen zu 0,33 Liter:

- SetEinheit = "Kasten" (bestellbare Einheit)
- Preis = 24,00 €
- StueckEinheit = "Flasche"
- Set (enthaltene Stückzahl) = 24
- InhaltEinheit = "Liter"
- InhaltMenge = 8 (24 x 0,33)
- InhaltVergleich = 1 (also Preis pro 1 Liter)
- → aus diesen Daten generierte Anzeige:
  - Preis: 24,00 € pro Kasten / 1,00 € pro Flasche
  - Inhaltsvergleich: 1 Liter = 3,00 €

*Tip*: der CSV-Importer kann Stückpreise automatisch in Setpreise umrechnen.

Für weitergehende Angaben können Artikelparameter verwendet werden.

**Artikel-Parameter** definieren **beliebige Zusatz-Attribute** sowie **vom Kunden einstellbare Optionen**. Vom Kunden wählbare Attribute können mit Bestellnummer-Zusätzen und Aufpreisen versehen werden, oder als Variantengruppen-Steuerung einen separaten Artikelstammdatensatz ansteuern. Parameter können als **Filterattribute** freigegeben werden, d.h. der Kunde kann nach diesen Eigenschaften im Shop suchen und Suchergebnisse darüber filtern.

*Tip*: Parameter können in der Produktkarte ober- und unterhalb des Preises platziert werden und so bspw. preisrelevante Zusatzinformationen transportieren.

**Artikelverknüpfungen** definieren Varianten, Zusatzartikel, Cross-Selling, Bundles und Pfandartikel.

**Kundenspezifische Rabatte** können durch Einrichtung von Artikel-Rabattgruppen und Kunden-Rabattstufen eingerichtet werden. Jeder Artikel kann genau einer Rabattgruppe angehören. Je Kunde und/oder Kundengruppe kann eine individuelle Zuordnung der Rabattgruppen zu den Rabattstufen hinterlegt werden.

**Kundenspezifische Preise** werden über Preisschemata realisiert. Jeder Artikel kann in jedem definierten Preisschema eigenständige Preisdaten enthalten. Jedem Kunden und jeder Kundengruppe kann ein Preisschema zugeordnet werden.

*Allgemeiner Tipp: das Artikelsystem ist nicht auf Verkaufsartikel beschränkt. Textartikel (Liefertyp Text) können für die Einbindung von allgemeinen Textseiten („Über uns“ etc.) verwendet werden. Für die Darstellung besonderer Artikel stehen auch angepasste Layouts zur Verfügung. Zur Einbindung von Textseiten in den Shop ist die Einrichtung einer eigenen Kategorie sinnvoll, diese kann über den Menü-Editor als Menü dargestellt werden.*

### 4.3.1 LMIV-Daten

Der Bezug von LMIV-Attributen aus der **zentralen LMIV-Datenbank** erfolgt vollautomatisch auf Basis der **GTIN (EAN)** der Artikel. Verwendbar sind hierfür GTIN-13 und GTIN-14, der Editor zeigt online an, ob die hinterlegten GTIN korrekt sind.

Sofern LMIV-Attribute verfügbar sind wird in der Artikelkarte im Shop automatisch ein **LMIV-Datenblatt** bereitgestellt, einmal innerhalb der Seite und als PDF-Download. Das PDF wird dabei automatisch mit dem hinterlegten Anbieter-Logo versehen.

Weiterhin wird der Artikel automatisch mit den LMIV-Parametern zu **Zusatzstoffen** und **Allergenen** angereichert. Die Anreicherung erfolgt durch die Veröffentlichung. Im Shop können die Kunden anschließend nach diesen Eigenschaften suchen und filtern.

**LMIV-Dokumente** (Bilder und Dateien) stehen optional zusätzlich zur Verfügung. Ob und wie diese Ihren Artikeln hinzugefügt werden sollen stellen Sie über Konfiguration → Einstellungen ein.

*Hinweis: aktuell sind nur relativ wenige Dokumente in der LMIV-Datenbank verfügbar, in Kürze wird auf der AFMO-Plattform daher eine eigene übergreifende Bild-Datenbank zur gemeinschaftlichen Pflege und Nutzung bereitgestellt.*

Sind zu einem Artikel keine LMIV-Daten verfügbar, dann bietet der Shop eine Anfragefunktion an.

Falls Sie Artikeln **eigene LMIV-Datenblätter** zufügen möchten, können Sie diese zum jeweiligen Artikel als Artikel-Downloads mit dem speziellen Dateityp „custom/lmiv“ hinterlegen (Artikel-Editor: Downloads / Import). Diese werden im Shop in der LMIV-Box zum Download bereitgestellt. Wir empfehlen hierfür das PDF-Format.

## 4.3.2 Import

Wir empfehlen für den Artikeldaten-Import, sofern kein WWS-spezifischer Importer verfügbar ist, die Verwendung des **Expedo-CSV-Importers**. Der CSV-Importer ist sehr flexibel und leistungsfähig und unterstützt alle Funktionen des Systems.

- Import-Wizard: Artikel → Importieren → Tabelle CSV / Excel (XLS)
- ...oder: Artikel → Datenaustausch → Neues Profil → Import: Artikel → Treiber: Expedo-CSV

Der Wizard ist für die geführte Ersteinrichtung einer neuen Importquelle gedacht, für die **Automatisierung** kann das damit erstellte Profil dann in die Datenaustauschverwaltung übernommen werden. Alternativ können Sie einen neuen Import auch direkt als Datenaustauschprofil erstellen.

Der CSV-Importer kann an nahezu **beliebige CSV-Formate** angelehrt werden, hierzu dient das „Mapping“ (Zuordnung von Feldern und Werten). Er unterstützt die teilweise Aktualisierung von Daten etwa für Preis- und Bestandsupdates oder die Zusammenführung von Daten aus unterschiedlichen Quellen, etwa für die nachträgliche Zuordnung von Produktbildern.

Weiterhin unterstützt der CSV-Importer die **automatische Generierung** von Artikelkategorien (auch hierarchisch), Parametern, Kundengruppen, Rabattgruppen und Preisschemata.

Weitere Dokumente:

- [Dokumentation der Artikel-CSV-Import-Schnittstelle](#) (PDF)
- [Mustertabelle](#) (Excel-Format)
  - *Hinweis: die Mustertabelle zeigt und erläutert fast alle unterstützten Felder. Nur die als Pflicht markierten Felder müssen in einer Importdatei enthalten sein.*
- [Kurzanleitung Preisimport](#) (PDF)

## 4.4 Kunden

Kundenkonten und Kundengruppen können online bearbeitet sowie importiert und exportiert werden.

Je Shop kann eingestellt werden, ob Kunden sich online selbst registrieren dürfen, und ob dabei automatisch ein Kundenkonto im System vorbereitet wird oder der Registrierungswunsch per Email zur manuellen Bearbeitung an den Shopbetreiber geht. Diese Einstellung erfolgt durch einen Hauptadministrator.

*Hinweis: auch bei einer Selbstregistrierung mit Kontoanlage ist das Kundenkonto zunächst gesperrt und muss vom Shop-Administrator explizit freigeschaltet werden. Die Freigabe erfolgt über den Kontostatus „aktiv“ / Feld „kAktiv“ = „1“.*

Für die Zuordnung von Kundenkonten zum WWS bietet das System das Feld „externe Kunden-Nummer“ an (kExtKey). Das Feld kann einen beliebigen alphanumerischen Wert aufnehmen.

Im System werden **Passwörter** zur Absicherung mit einer Einwegverschlüsselung gespeichert, eine Rückwandlung in die unverschlüsselte Form ist nicht möglich. Daher müssen Kunden, die ihr Passwort vergessen haben, sich entweder vom System ein neues generieren und zusenden lassen, oder alternativ vom Shop-Administrator ein Passwort setzen lassen.

Im Kundeneditor verwenden Sie die Mailoption „Passwort-Erinnerung“, um dem Kunden ein neues Passwort per Email zu senden. Sie können dazu wahlweise ein Passwort eingeben oder das Feld leer lassen um ein Passwort automatisch generieren zu lassen.

*Hinweis: nach jeder Übermittlung eines Passworts per Email muss der Kunde nach der nächsten Anmeldung zuerst ein neues Passwort wählen, da die Übermittlung per Email unsicher ist.*

### 4.4.1 Import & Export

Der Datenaustausch der Kundenkonten basiert auf dem Expeedo-CSV-Format. Die Spaltenbezeichnungen sind hierbei durch das Format festgelegt.

- [Dokumentation der Kunden-CSV-Schnittstelle](#) (PDF)
- Dateivorlage: [kunden-template.xlsx](#) (Excel) oder [kunden-template.ods](#) (OpenOffice)
- Satz-Trennzeichen: LF (ASCII 10), hilfsweise CR+LF (ASCII 13+10)

- Feld-Trennzeichen: Semikolon (;)
- Textschutz: Anführungszeichen ("")
- Kodierung: UTF-8

Der **Export** umfasst wahlweise alle oder nur die seit dem letzten Export geänderten Konten. Weiterhin können Sie verschiedene Filterkriterien festlegen. Der Export kann per Email oder Dateiübertragung übermittelt werden, und die Datei kann über den FTP-Account des Shops zur Verfügung gestellt werden.

Passwörter werden nicht exportiert, das Feld in der CSV-Tabelle wird der Vollständigkeit halber ausgegeben, aber bleibt leer.

Beim **Import** müssen die CSV-Spalten gemäß der Formatvorlage benannt sein. **Die Importdatei darf nur die Spalten enthalten, die bestückt bzw. überschrieben werden sollen**, dies kann eine beliebige Auswahl der Spalten sein. Die Reihenfolge der Spalten ist irrelevant.

Der Import kann wahlweise nur neue Konten zufügen, vorhandene Konten aktualisieren oder vorhandene Konten aktualisieren und im Import fehlende Konten deaktivieren. Vorhandene Konten werden automatisch anhand der Laufnummer, des Logins oder des externen Schlüssels identifiziert, je nachdem welche dieser Felder in der Importdatei bereitgestellt werden. Wird eine Laufnummer übergeben, so muss diese die interne Laufnummer des Shopsystems sein.

Das Feld „kAktiv“ steuert ob der Kunde sich einloggen darf (1) oder nicht (0).

Wo **Passwörter** in der Importdatei sind (Feld nicht leer) ersetzen diese die vorhandenen. Falls bei einem neuen Konto kein Passwort im Import steht wird eines generiert.

Über das Feld „kFlags“ steuern Sie, ob dem Kunden das Passwort per Email gesendet wird und/oder ob der Kunde bei der nächsten Anmeldung ein neues Passwort wählen muss:

- Die Markierung „(NewPassword)“ bewirkt, dass der Kunde ein neues Passwort wählen muss.
- Die Markierung „(SendPassword)“ bewirkt, dass dem Kunden das übermittelte oder ein neu generiertes Passwort per Email gesendet wird. Diese Markierung impliziert „(NewPassword)“, da die Übermittlung per Email unsicher ist.

Im Import enthaltene neue **Kundengruppen, Rabattgruppen, Rabattstufen** und **Preisschemata** können wahlweise automatisch erzeugt werden.

- Kundengruppen (Feld „kGruppen“) können mit Trennzeichen wie im Export oder Komma/Semikolon eingespielt werden. Gruppennamen oder -nummern können verwendet werden, eine ungültige numerische Referenz wird ignoriert.
- Preisschemata (Feld „kPreisgruppenSchema“) können wahlweise numerisch (wie exportiert) oder mit Namen übermittelt werden. Eine ungültige numerische Referenz wird ignoriert.
- Rabattstufen (Feld „kRabattStufen“) können wahlweise...
  - ...im nativen Format (wie im Export) „(GruppenNr:StufenNr)...“
  - ...oder als JSON-Array nach dem Schema:  
[ { Gruppe: "<Gruppenname>", Stufe: "<Stufenname>" }, ... ]
  - ...oder als JSON-Array nach dem Schema:  
[ { Gruppe: "<Gruppenname>", Rabatt: <Rabatt> }, ... ]

Im JSON-Format können die beiden Varianten auch gemischt und kombiniert werden, d.h. „Stufe“ und „Rabatt“ können zugleich übergeben werden. Wird nur „Rabatt“ übergeben, dann wird ein Stufenname daraus abgeleitet. Rabatte werden numerisch auf 1 normiert übergeben, d.h. 5% wird als Wert „0.05“ übergeben.

#### Weitere Dokumente:

- [Dokumentation der Kunden-CSV-Schnittstelle](#) (PDF)
- Dateivorlage: [kunden-template.xlsx](#) (Excel) oder [kunden-template.ods](#) (OpenOffice)
- [Kurzanleitung Preisimport](#) (PDF)

## 4.4.2 Lieferdatum, Vorlauf & kundenspezifische Liefertage

Zu Bestellungen im Shop können Sie wahlweise die Eingabe eines **Wunschlieferdatums** durch den Kunden erlauben oder erzwingen. Das Shopsystem ermöglicht dabei wahlweise die Eingabe nur eines Lieferdatums je Warenkorb, oder die Aufteilung des Warenkorbs in mehrere Lieferungen für unterschiedliche Termine.

Die gewünschte Variante stellen Sie in der Administration ein:

- Konfiguration → Einstellungen → Lieferdatum-Eingabe

Bei Eingabe pro Artikel können mehrere Liefertermine in einem Warenkorb (mit einem Bestellvorgang) erfasst werden. Die Bestellung wird dabei automatisch in mehrere Teil-Lieferungen aufgeteilt, die als separate Aufträge gespeichert und übermittelt werden.

Die Eingabe eines Lieferdatums kann **wahlweise Pflicht** sein, einen **definierbaren Vorlauf** berücksichtigen, und auf **kundenspezifische Wochentage** eingeschränkt werden. In Vorbereitung ist außerdem eine wahlweise Berücksichtigung **regionaler Feiertage**.

Beim **Vorlauf** kann eine Kombination aus einem festen Vorlauf und einer Anzahl mindestens benötigter Arbeitstage eingerichtet werden, dabei legen Sie die Wochentage fest, die für die Bearbeitung von Lieferungen berücksichtigt werden sollen.

Beispiel:

- Arbeitstage Dienstag bis Freitag
- bei Bestellung bis 14 Uhr Bearbeitung am gleichen Arbeitstag, sonst am nächsten Arbeitstag
- frühestmögliche Lieferung am 2. Arbeitstag nach dem Bearbeitungstag

Die **kundenspezifischen Wochen-Liefertage** können über den Kundenimport und/oder den Kundeneditor in den jeweiligen Kundenkonten definiert werden: tragen Sie in das Feld „Custom-Feld 1: Liefertage“ (Import: „kCustomData1“) wahlweise eine Folge von 7x „0“ oder „1“ entsprechend den Wochentagen von Montag bis Sonntag ein, mit jeweils „1“=erlaubt bzw. „0“=ausgeschlossen.

Beispiele:

- 1010000 Liefertage Montag & Mittwoch wählbar
- 0000100 Lieferung nur am Freitag möglich

Statt „111111“ können Sie das Custom-Feld leer lassen für „keine Einschränkungen“, d.h. jeder Wochentag darf gewählt werden.

Die **Aktivierung** von Pflicht, Vorlauf und Liefertagen im Shop erfolgt nach Ihren Vorgaben **durch expedo**. Auch Sonderbedingungen können dabei in der Regel implementiert werden, bitte definieren Sie diese möglichst detailliert und mit Beispielen.

### 4.4.3 Merktzettel

Zu den Funktionen des Shops gehört ein **Online-Merkzettel** für regelmäßig bestellte Produkte. Der Merktzettel kann durch den Kunden im Shop gepflegt werden, im einfachsten Fall als Liste von Produkten, in der erweiterten Funktion inklusive kundenspezifischer Produktgruppen und -sortierungen. Die erweiterte Funktion ist insbesondere auch **tablet-** und **offline-tauglich**, zwecks Aufnahme von Bestellungen beim Lagergang. (Hinweis: die erweiterte Funktion muss derzeit noch explizit je Shop aktiviert werden, bitte sprechen Sie den Support darauf an.)

Ihr **Warenwirtschaftssystem** führt ggf. eine Liste bevorzugter oder häufig bestellter Produkte je Kunde, und kann diese auch exportieren. In diesem Fall können diese Listen auch als Merktzettel in den Shop eingespielt werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass Kunden i.d.R. auch aktiv selbst ihre Merktzettel pflegen, daher kann der Import im Shop wahlweise die Kunden-Merkzettel nur initial bestücken, nur um fehlende Artikel erweitern, oder bei jedem Lauf vollständig ersetzen.

Wir empfehlen hier die rein initiale Bestückung, vor der Freigabe des Kontos für den Kunden, so dass später keine Kundeneinstellungen überschrieben werden, und keine vom Kunden unerwünschten Änderungen erfolgen.

Der Shop benötigt für den **Merkzettel-Import** eine Liste der Assoziationen zwischen Kunden und Artikeln. Die Identifikation des Kunden erfolgt dabei regulär über die externe Kundennummer, der Artikel wird über die externe Artikelnummer (= BestellNr im Shop) referenziert. Falls sich mehrere Shop-Kundenkonten die gleiche externe Kundennummer teilen, so gilt die Zuordnung für alle Konten.

Die Assoziationsliste kann als separate CSV-Datei übermittelt werden, eine Importvorlage mit Beispieldaten dazu finden Sie im Dokumentationsordner. Alternativ dazu kann auch eine spezielle Markierung in der Kunden-Preisliste ausgewertet werden, sofern für alle Kunden spezifische Preise übermittelt werden.

**Hinweis:** der Import erfordert derzeit noch die **Einrichtung durch expedo**, bitte sprechen Sie den Support an. Erläutern Sie, wie Sie die Assoziation bereitstellen, und wie der Import mit bereits kundenseitig gepflegten Merktzetteln umgehen soll.

## 4.5 Sicherungen und Wiederherstellungen

Über die Shopadministration können Sie jederzeit manuell Datensicherungen anlegen und gespeicherte Sicherungen wieder einspielen. Sicherungen werden vom System automatisch auch vor jedem Import angelegt.

Sicherungen werden für **30 Tage** vorgehalten und dann automatisch gelöscht. Nicht mehr verwendete Artikelbilder und -Downloads werden einmal wöchentlich automatisch gelöscht, d.h. müssen bei einer weiter zurück liegenden Sicherung aus anderen Quellen wiederhergestellt werden.

**Wichtig:** die automatischen Sicherungen beim Import umfassen jeweils nur die vom Import primär betroffenen Bereiche, also etwa Artikel oder Kunden.

Zwischen den Datenbereichen können **Verknüpfungen** existieren, die ggf. durch eine Teilwiederherstellung verloren gehen. Das betrifft bspw. die **Preisschemata**, die Teil des Artikelbackups sind, aber ggf. auch von den Kundenkonten referenziert werden, oder die **Kundengruppen**, die Teil des Kundenbackups sind, aber ggf. auch für Artikelfreigaben verwendet werden.

Bei Wiederherstellung eines älteren Stands ist es daher ggf. notwendig, **alle Teilbackups** des Wiederherstellungszeitpunkts einzuspielen, oder falls verfügbar ein gemeinsames **Gesamtbackup** aller betroffenen Datenbereiche. Alternativ dazu importieren Sie nach der Wiederherstellung die korrigierten Daten neu.

Falls Sie bei den Importen mit **inkrementellen Updates** arbeiten, dann müssen Sie ggf. entsprechend bei einer Wiederherstellung eines älteren Stands für alle betroffenen Datenbereiche die Änderungen seit dem Backupzeitpunkt erneut einspielen, oder einmalig ein Komplettupdate einspielen.

Ein gemeinsames Gesamtbackup von Artikel- und Kundendaten kann jederzeit manuell erstellt werden, oder bei Bedarf auch automatisiert werden, bitte sprechen Sie ggf. den Support dazu an.

## 4.6 Aufträge

Aufträge können online bearbeitet sowie exportiert und importiert werden.

Zur Verfolgung des Bearbeitungsstatus eines Auftrags kann dieser die folgenden Status durchlaufen:

- Neu *Wartet auf Prüfung / Freigabe*
- Vorkasse offen *Wartet auf Zahlungseingang*
- Nachlieferung *Split einer offenen Teillieferung*

- In Bearbeitung
- Versandbereit *Lieferung kann zugestellt werden*
- Im Versand *Lieferung ist auf dem Weg (ggf. mit Tracking-Info)*
- Geliefert *Ware wurde beim Kunden geliefert*
- Abgeschlossen
- Storniert

Der initiale Status eines Auftrags hängt von der gewählten Zahlungsart ab, bei Lieferung auf offene Rechnung wird der Auftrag direkt in Bearbeitung gestellt.

Mit jedem Statuswechsel kann ein automatischer Emailversand verknüpft werden. Die hierfür seitens AFMO bereitgestellten Email-Vorlagen können unter Konfiguration → Nachrichten eingestellt werden. Bitte sprechen Sie den Support an, falls Sie eine Vorlagenanpassung oder -erweiterung wünschen.

Der Status kann wie folgt geändert werden:

- über den Auftragseditor einzeln / per Batch-Änderung
- per REST-API:
  - Endpunkt: `https://{Shop-URL}/api/setstatus_sa.htm`
  - Parameter: `_key={LieferAuftragNr}`
  - Parameter: `_authcode={AuthCode}`
  - Parameter: `_newstatus={neuer_Statuscode}`
- über die Status-Links in der Bestellbenachrichtigung (Email) (Tipp: diese greifen auf die REST-API zu, können daher als REST-Beispiele verwendet werden)
- per CSV-Import

Der Kunde kann in seiner Online-Bestellhistorie die bereits getätigten Aufträge nachvollziehen und deren Status abfragen. Aus der Bestellhistorie heraus können Bestellungen auch per Klick wiederholt werden.

Die Verwendung der Status und Emailfunktion ist optional.

Soll ein Kunde die Online-Bestellhistorie nicht verwenden können, so kann dies über die Kundeneinstellung „Infocenter-Funktionen“ (Feld „kServices“ Funktionscode „(Orders)“) gesteuert werden.

## 4.6.1 Export

Das Auftragsmenü enthält Schnellzugriff-Masken zu den Standard-Exportformaten, diese verwenden jeweils das erste definierte Profil des Formats. Die Schnellzugriffsmasken erlauben die einfache Einrichtung der automatischen Übertragung sowie manuelle Exporte. Über den Datenaustausch-Editor können zusätzlich mehrere Profile eines Formats mit verschiedenen Einstellungen eingerichtet werden.

Die beiden Expedo-Standardformate für den Auftragsexport sind das Expedo-CSV- und das Expedo-XML-Format.

Der **CSV-Exporter** erzeugt Tabellendateien im Standard-CSV-Format mit Semikolon als Feld-Trennzeichen, Anführungszeichen als Textschutz, Linefeed als Datensatztrennzeichen. Die Kodierung ist UTF-8, Zahlen- und Währungsdaten werden im deutschen Format ausgegeben (ohne Tausendertrennzeichen).

Der Exportlauf generiert drei Tabellendateien:

1. „slotauftrag-`{zeitstempel}`-auftrag.csv“ – Auftrags- und Kundendaten, eine Zeile pro Auftrag
2. „slotauftrag-`{zeitstempel}`-posten.csv“ – bestellte Artikel, eine Zeile pro Posten
3. „slotauftrag-`{zeitstempel}`-transport.csv“ – ggf. ermittelte Verpackungs- und Transportdaten, eine Zeile pro Paket

Der Zeitstempel hat das Format `jjjjmmtt-HHMMSS`, die Dateien werden in ein ZIP-Archiv gepackt.

Die Tabellen "Auftrag" und "Posten" müssen über die Spalte "LieferAuftragNr" verknüpft werden. Die Tabelle "Transport" enthält je nach Konfiguration der Logistik die Kombination aus Paketen/Ladungsträgern und Lieferungen (Transportaufträgen). Eine Lieferung kann mehrere Pakete umfassen und an ein bestimmtes Lieferdatum gebunden sein. Je Paket/Ladungsträger können Verpackungskosten und Pfandanteile enthalten sein, die zusätzlich zu den Lieferkosten zu berücksichtigen sind.

Dokumentation:

- [Datei- und Satzaufbau Auftragsexport CSV](#)

Das **XML-Format** transportiert alle Daten in einer selbsterklärenden XML-Struktur mit einem XML-Hauptknoten je Auftrag. Alternativ zur Übertragung per Datei kann das XML-Format auch über die SOAP-Schnittstelle aufgerufen werden, die Daten werden dabei inline im SOAP-Resultat übermittelt.

Dokumentation:

- XML-Beispiel: [Auftrag.xml](#)
- WSDL-Dokument für SOAP-API-Generatoren: [Servicedefinition-1.3.xml](#)
- SOAP-Request-Vorlagen:
  - Abruf neuer Aufträge: [GetNewOrders.xml](#)
  - Abruf bestimmter Aufträge: [GetOrders.xml](#)
  - Rückgabebeispiel: [GetOrdersResult.xml](#)

## 4.6.2 Import

Der Auftragsimport erfolgt nach Vorlage des Auftrags-CSV-Exports. Die Spalten müssen wie im Export benannt werden, nur die zu aktualisierenden Felder dürfen im Import enthalten sein, die Reihenfolge ist irrelevant.

Der Importer kann Änderungen an bestehenden Aufträgen vornehmen sowie neue Aufträge einspielen, die nicht im Shop erzeugt wurden. Beim Import neuer Aufträge können wahlweise fehlende Kundenkonten automatisch erzeugt werden.

Sollen bspw. nur Statusänderungen importiert werden, so genügt die Übertragung nur der Datei „Auftrag“ mit den Feldern „LieferAuftragNr“ (oder „ExtLieferAuftragNr“) und „Status“.

Beim Import von Statusänderungen können die ggf. mit dem Statuswechsel verknüpften Emails automatisch verschickt werden.

## 4.7 Gestaltung des Shop-Frontends

Die Hauptelemente der individuellen Gestaltung Ihres Shop-Frameworks sind:

- Logo & Icon                      Konfiguration → Firmendaten
- Schaufenster                      Marketing → Schaufenster
- Menüs                                Konfiguration → Menüs
- Footer                                Konfiguration → Footer
- Design                                Marketing → Design

Ihr **Logo** und **Browser-Icon** laden Sie über die Firmendatenmaske hoch. Das System skaliert zu große Dateien hier zwar automatisch, aber wir raten dazu, diese wichtigen Grafiken extern schon in der passenden Auflösung vorzubereiten, um eine optimale Darstellung zu gewährleisten:

- Logo: 250x100 Pixel
- Browser-Icon: 32x32 Pixel

Das Logo wird schwebend im Seitenkopf über dem ggf. gewünschten Hintergrundbild platziert, je nach Browserfenster / Mobilgerät kann das Logo an verschiedener Stelle in Relation zum ebenfalls skalierten Hintergrundbild stehen. Wir empfehlen, ein sauber freigestelltes Logo mit einer leichten Überblendung in den transparenten Bereich (Halo) zu verwenden.

Ihr **Schaufenster** ist Ihre Hauptseite („Home“ / „Start“ / Eingangsseite) im Shop. Das Schaufenster wird angezeigt wenn die Haupt-URL des Shops aufgerufen wird, und es ist von jeder Seite aus per Klick auf das Logo sowie per Klick auf „Start“ (im Standardmenü) erreichbar.

Nutzen Sie das Schaufenster zur Begrüßung des Kunden sowie zur Präsentation Ihrer aktuellen Sonderangebote.

*Tipp: Sie können HTML für die Gestaltung Ihres Schaufenstertextes verwenden, klicken Sie dazu zunächst in das Textfeld und dann oben rechts auf das Icon „<>“.*

*Im Standardmodus unterstützt der Editor Copy&Paste aus Programmen wie OpenOffice, Microsoft Word o.ä. wird ebenfalls unterstützt, der von Microsoft generierte HTML-Code ist allerdings sehr schlecht, daher raten wir zu anderen Programmen oder dedizierten Web-Editoren.*

Das **Intro-Bild** für das Schaufenster ist auf eine Größe von **1000x500 Pixel** ausgelegt, größere Dateien werden automatisch auf diese Dimensionen reduziert. Auch hier erzielen Sie ein optimales Ergebnis, wenn Sie das Bild bereits vor dem Upload passend vorbereiten.

**Menüs** und **Footer** definieren die für Ihre Kunden permanent (auf allen Seiten) sichtbaren und erreichbaren Links und Informationen. Das System stellt hierfür jeweils eine Standardvorgabe zur Verfügung, die Sie einfach bearbeiten und durch eine eigene Version überschreiben können. Sie können jederzeit zur Standardversion zurückkehren indem Sie Ihre Anpassung löschen.

Für die Menüs stehen neben den Standardfunktionen des Systems Ihre eingerichteten Kataloge zur Einbindung zur Verfügung. Dies ist besonders sinnvoll im Rahmen des Hauptmenüs, die Kataloge bilden dort aufklappende Untermenüs zu den enthaltenen Unterkatalogen oder Artikeln.

Da Katalogeinträge auch mit beliebigen (auch externen) Linkzielen belegt werden können, können Sie über diese Funktion auch andere Websites ansprechen. Für reine Linkmenüs stellen Sie den Katalogstatus auf „fixiert“. Dies verhindert, dass der Katalog ausgeblendet wird, wenn keine Artikel enthalten sind.

Über den Katalogeditor können Sie außerdem steuern, welche Kataloge in der Navigationsbox sichtbar sein sollen, so können Sie bspw. Kataloge für Textmenüs (Firmenpräsentation etc.) aus der Artikelnavigation ausblenden.

*Tip:* verwenden Sie Katalog-Menüs bis maximal Tiefe 2, damit der Ladeumfang für die Menüs nicht zu groß wird und die Performance und Usability nicht beeinträchtigt wird.

Der **Footer** besteht aus drei Textelementen und wird rein im HTML-Modus bearbeitet. Sie haben hier ebenfalls die volle Gestaltungsfreiheit, d.h. HTML-Strukturfehler können zu Problemen im Frontend führen. Prüfen Sie nach jeder Änderung, ob der Shop noch korrekt dargestellt wird. Die Quelltextanzeige des Firefox ist für die Fehlersuche sehr hilfreich, da hier Strukturfehler deutlich markiert werden.

Melden Sie sich beim Expedo-Support falls Sie hierfür Hilfe in Anspruch nehmen möchten.

Im Footer können statt manueller Links (oder in Kombination) auch die Menüs verwendet werden, die Standardvorlage blendet das Fußmenü in der linken Spalte ein. Die drei Custom-Menüs sind hierfür bspw. zusätzlich verwendbar.

Mit dem **Design** richten Sie die allgemeine Farbgebung und Schriftarten Ihres Shop-Frontends ein. Sie können über den Editor mehrere Designs definieren und so bspw. ein Redesign vorbereiten oder Variationen für Events oder Jahreszeiten vorhalten. Sie können hierzu ein vorhandenes Design einfach als Kopie unter einem neuen Namen speichern.

Zur Vereinfachung der Erstellung einer stimmigen **Farbpalette** ist das Online-Tool „Paletton“ in den Editor integriert. Das Tool kann in einer 1-, 2- oder 3-Farbkonfiguration geöffnet werden, es bearbeitet entsprechend die jeweilige Kombination aller Farbschattierungen.

*Tip:* schieben Sie im Paletton den mittleren Punkt generell etwas in Richtung links oben, um eine zu dunkle Darstellung zu vermeiden. Die Bandbreite und Richtung der Abstufungen stellen Sie durch Ziehen der äußeren Punkte im inneren Kreis ein.

Sie können auch die Farbschattierungen einzeln anpassen. Die Zuordnung der Schattierungen zum Frontend ist vom System festgelegt, verwenden Sie die Vorschaufunktion, um die Wirkung im Shop zu prüfen.

Neben den Farben können Sie über den Design-Editor auch das **Hintergrundbild des Kopfbereichs** einstellen, dies ist eine der wichtigsten Maßnahmen zur „emotionalen“ Gestaltung des Shops. Achten Sie

darauf, dass Ihr Logo auf dem Hintergrundbild „wandern“ kann, da die Einblendung je nach Bildschirmgröße an anderen Stellen erfolgt.

Das Kopf-Hintergrundbild sollte groß genug sein, um auch auf einem größeren Desktop noch gut sichtbar zu sein und den Kopf in der Breite gut zu füllen. Hinter dem Bild wird die Kopf-Hintergrundfarbe sichtbar, achten Sie ggf. darauf, einen weichen Übergang an den Bildrändern zu erhalten. Eine gute Auflösung für das Bild liegt im Bereich um 2000x250 Pixel. Achten Sie darauf, das Bild so stark wie möglich zu komprimieren, damit die Ladezeit nicht zu hoch wird.

Beispiel:

- <https://expeedo.afmo.shopdriver.de/>
- [https://expeedo.afmo.shopdriver.de/skin/div1/style/104/bg\\_header.img](https://expeedo.afmo.shopdriver.de/skin/div1/style/104/bg_header.img)

Über das Eingabefeld „Zusätzliche CSS-Regeln“ können Sie alle Designvorgaben des Systems überschreiben und um eigene Regeln erweitern. Die Nutzung dieser Funktion erfordert Kenntnisse in Webdesign, bitte sprechen Sie ggf. den Support an.

## 4.8 Anpassung des Frontends

Anpassungen oder Erweiterungen der Frontend-Funktion und des Layouts erfolgen durch expeedo nach **Spezifikation der gewünschten Änderungen** durch den Anbieter.

- Gehen Sie strukturiert funktions- bzw. seitenweise vor:
  - Eingangsseite
  - Navigationsbereiche (Kopf, Fuß, Menüs, Kategorien)
  - Schaufenster
  - Listendarstellung (Liste, Galerie, Bestellschein)
  - Artikelkarte
  - Warenkorb
  - Checkout
  - Kundenkonto
- Legen Sie möglichst detailliert fest, welche Änderungen jeweils gewünscht sind. Hilfreich sind hierzu insbesondere annotierte Screenshots von Beispielseiten.

- Definieren Sie möglichst genau ggf. zu verwendende Datenfelder, bspw. wenn bestimmte Artikelattribute in Listen eingeblendet oder für Fallunterscheidungen verwendet werden sollen.

## 5 Freischaltung des Shop-Frontends

Die Arbeiten dieses Abschnitts erfolgen über die Haupt-Administration.

**Melden Sie sich als Haupt-Administrator an:**

<https://afmo.shopdriver.de/admin/>

- **Präsentation → Site-Struktur → Hosts & Domains → Hostklassen**
- **[Fenster links, an der Hostklasse des Shops:] Eingangsseite**
  - Eingangsseite einschalten: „Nein“
  - **Speichern**

Damit ist die Eingangsseite deaktiviert und Besucher sehen direkt und ohne vorgeschalteten Login den Shop. Der Shop kann nun außerdem durch Google und andere Suchmaschinen indexiert werden.

Um die **Suchmaschinen-Indexierung** weiter zu optimieren empfehlen wir die Einrichtung und Einreichung einer XML-Sitemap:

- **Marketing → Sitemap / Index**
- **XML-Sitemaps:** hier genügt die automatische Erstellung einmal monatlich, stellen Sie dies an der Hostklasse ein und speichern Sie die Maske
- Klicken Sie anschließend neben der Hostklasse auf „Jetzt erzeugen“ um die erste Sitemap generieren zu lassen.
- Das Ausgabefenster zeigt den Fortschritt an und blendet schließlich die Adresse der Sitemap ein. Diese URL muss bei Google im Webmasterbereich für die Shop-URL eingetragen werden, dieser Schritt erfolgt i.d.R. durch den Inhaber der jeweiligen Domain.