5. Weitere Konfiguration

- Menü erweitern und Kontaktgründe pflegen
- Auftragsvorlage für eCom freischalten
- Mandantenwerte für eCom pflegen
- Einstellungen pflegen

Menü erweitern und Kontaktgründe pflegen

Übersicht

Zwei kleine Konfigurationen, die die Fußzeile und das Kontaktformular des Shops betreffen.

Eigene Menüpunkte anlegen

Über *eCom \ Menüerweiterung* legen Sie zusätzliche Menüpunkte für den Shop an. Sie erscheinen in der **zweiten Spalte der Fußzeile — je Sprache getrennt**.

1. *eCom \ Menüerweiterung* öffnen.
2. Sprache wählen.
3. Menüpunkt anlegen und befüllen.
4. Speichern und Daten bereitstellen.

Typische Beispiele aus einem laufenden System sind Menüpunkte wie *Anwenderhandbuch eCom* oder *Newsletter*.

Kontaktgründe pflegen

Die Auswahlliste im Kontaktformular des Shops kommt aus einer Code-Tabelle.

1. *Grundkonfiguration \ Code-Tabelle* öffnen.
2. Bereich **eCom Kontaktgrund** wählen.
3. Die gewünschten Kontaktgründe pflegen.
4. Speichern und Daten bereitstellen.

Ohne gepflegte Kontaktgründe hat der Kunde im Kontaktformular keine Auswahl.

Damit die Anfragen bei Ihnen ankommen, muss außerdem das E-Mail-Abo **eCom - Kontaktformular** eingerichtet sein.

Auftragsvorlage für eCom freischalten

Übersicht

Auftragsvorlagen erscheinen im Shop nur, wenn Sie sie dort freischalten. Das geschieht unter *Auftragsunterstützung* \ *Auftragsvorlage* im Bereich **eCom** der jeweiligen Vorlage.

Die Felder dieses Bereichs und ihre Bedeutung stehen in der Leistungsbeschreibung.

Vorgehen

1. *Auftragsunterstützung* \ *Auftragsvorlage* öffnen und die Vorlage wählen.
2. Im Bereich **eCom** die **Anzeige** festlegen:

Wert	Wirkung
Keine	erscheint nicht im Shop (Standard)
Startmenü	erscheint im Warengruppenmenü
Highlightmenü	erscheint im Startmenü **und** im Highlightmenü

3. Bei Bedarf **Gültig ab** und **Gültig bis** setzen. Damit steuern Sie den Shop-Zeitraum unabhängig vom Client.
4. Bei Bedarf **Prefix** und **Bezeichnung** für die Anzeige im Shop setzen.
5. Speichern und Daten bereitstellen.

Warum eigene Termine für den Shop sinnvoll sind

Der Außendienst sieht Aktionen in der Regel einige Tage vor dem Start, um sich vorzubereiten und Termine zu planen. Für den Shop wollen Sie das meist nicht — dort soll die Aktion erst am Starttag

erscheinen.

Genau dafür sind **Gültig ab** und **Gültig bis** im eCom-Bereich da: sie überschreiben den Zeitraum des Clients.

Warum eine eigene Bezeichnung sinnvoll ist

Trägt die Auftragsvorlage eine Bezeichnung, die für den Außendienst gedacht ist — etwa mit internen Hinweisen oder Konditionsangaben —, überschreiben Sie sie über das Feld **Bezeichnung** kundenoptimiert für den Shop.

Nur für den Shop, nicht für den Außendienst

Mit der Checkbox **Nicht für Außendienst** steht die Vorlage ausschließlich im eCom-System zur Verfügung.

Sortiment auf eine Artikelliste begrenzen

Die Checkbox *Bei den gewählten Kunden dieser Kundenliste ausschließlich die Artikel der Artikelliste im eCom System anzeigen* wirkt wie eine geschlossene Listung: Die Kunden dieser Vorlage dürfen nur die Artikel der Artikelliste aufrufen, suchen und bestellen.

> **Achtung:** Kommt ein Kunde in **mehreren** Auftragsvorlagen mit dieser Checkbox vor, trifft das eCom-System eine **zufällige Auswahl**, welche gelten soll. Eine Mischung mehrerer Artikellisten ist nicht möglich. Stellen Sie sicher, dass jeder Kunde nur in einer solchen Vorlage vorkommt.

Was im Shop nicht ankommt

Im eCom-System stehen **keine Module** zur Verfügung. Module, die Sie der Auftragsvorlage zugewiesen haben, werden im Shop nicht angezeigt — unabhängig davon, welche es sind.

Mandantenwerte für eCom pflegen

Übersicht

Einige Werte, die den Bestellabschluss im Shop steuern, liegen nicht bei eCom, sondern unter *Grundkonfiguration \ Mandanten*.

Die Grundregel: **Mandantenwerte gelten für alle Kanäle**, also für Client und Shop gemeinsam — es sei denn, eCom weicht über eine Folgeeinstellung ab.

Zwei Wertelisten sind die Ausnahme und tragen ein eigenes **eCom-Kennzeichen**.

Die beiden Wertelisten mit eCom-Kennzeichen

Betroffen sind **Frachtfreigrenze** und **Frachtkosten**. Beide Listen haben die Spalten `Wert`, `Währung` und `eCom`.

> Wenn aktiv, gilt der Wert nur für eCom. Wenn nicht aktiv, nur für den DeDeSales Client.

> **Achtung:** Das Kennzeichen ist eine **Weiche, kein Zusatz.** Eine Zeile gilt entweder für den Shop oder für den Client, niemals für beide. Wer beide Kanäle versorgen will, braucht **zwei Zeilen** — eine mit Kennzeichen und eine ohne. Fehlt die eCom-Zeile, hat der Shop keinen Wert.

Beide Listen führen eine Währung. Bei mehreren Währungen brauchen Sie also je Währung eine Zeile — und das wiederum je Kanal.

Vorgehen

1. *Grundkonfiguration \ Mandanten* öffnen und den Mandanten wählen.
2. Zur Werteliste **Frachtfreigrenze** beziehungsweise **Frachtkosten** gehen.
3. Eine Zeile für den Client anlegen — **ohne** eCom-Kennzeichen.
4. Eine Zeile für den Shop anlegen — **mit** eCom-Kennzeichen.
5. Bei mehreren Währungen für jede Währung wiederholen.
6. Speichern und Daten bereitstellen.

Zusammenspiel Frachtfreigrenze und Frachtkosten

Unterhalb der Frachtfreigrenze werden die Frachtkosten berechnet, oberhalb nicht.

Die berechneten Frachtkosten erscheinen im Warenkorb als eigene Zeile — über den Artikel, den Sie unter *eCom \ Einstellungen* als **Frachtkosten Artikel** hinterlegt haben. Diese Einstellung enthält also die **Artikelnummer**, nicht den Betrag.

Werte ohne eCom-Kennzeichen

Diese Felder des Mandanten gelten für alle Kanäle:

Feld	Bekannte Wirkung
Mindestbestellwert	**Wirkt nicht im Shop** — dieser allgemeine Wert wird im Bestellabschluss nicht gelesen, sondern nur für den Export verwendet. Für den Shop gilt der Wert im **Reiter eCom**. Siehe unten.
Mindestlieferzeit in Tagen	Steuert den frühestmöglichen Liefertermin.
Maximaler Positionswert	Wird berechnet, die Meldung erreicht den Kunden aber **nicht** — sie ist eine Rückfrage, und der Shop überspringt Rückfragen. Siehe unten.
Warnung ab Menge	Ebenso: wird berechnet, die Rückfrage erreicht den Kunden **nicht**. Siehe unten.
FeiertagsID	**Wirkt im Shop.** Bestimmt den Feiertagskalender für die Berechnung des frühestmöglichen Liefertermins — je getroffenem Feiertag kommt ein Tag hinzu.

Feld	Bekannte Wirkung
Mindestauftragswert (Warnung)	**Wirkt nicht im Shop** — der Wert wird nirgends gefüllt und bliebe als Rückfrage ohnehin unsichtbar.
Mindestbestellmenge	**Wirkt nicht im Shop** — nur im Vertriebsclient. Siehe unten.
Mindestbestelleinheit	Die **Einheit**, auf die sich die Mindestbestellmenge bezieht — etwa *Stk* oder *Krt*. Kein Zahlenwert. Wirkt ebenfalls nur im Client.

Der Mindestbestellwert steht zweimal da

Am Mandanten gibt es den *Mindestbestellwert* **zweimal**: einmal allgemein und einmal im **Reiter eCom**. Für den Shop zählt ausschließlich der Wert im Reiter eCom — der allgemeine wird im Bestellabschluss nicht gelesen.

Wert	Wirkung im Shop
Mindestbestellwert, **Reiter eCom**	**greift**
Mindestbestellwert, allgemein	keine — nur für den Export
Mindestbestellwert des Debitors	nur in einem Sonderfall, siehe Bestellabschluss
Mindestauftragswert (Warnung)	keine

> **Achtung:** Das ist die häufigste Verwechslung an dieser Seite. Wer die Wertgrenze für den Shop im allgemeinen Feld pflegt, wundert sich, dass nichts passiert — und findet den Fehler schwer, weil der Wert ja korrekt gespeichert ist.

Warum zwei Felder berechnet werden, aber nichts erscheint

Maximaler Positionswert und *Warnung ab Menge* werden serverseitig tatsächlich ausgewertet. Ihre Meldung ist aber eine **Rückfrage** — eine Meldung, die im Vertriebsclient jemand bestätigt, um fortzufahren.

Im Shop gibt es niemanden, der das könnte. Der Shop **überspringt Rückfragen deshalb grundsätzlich**. Das ist eine bewusste Entscheidung, kein Fehler.

Feld	Vertriebsclient	alter Shop	neuer Shop
Maximaler Positionswert	wirkt	Meldung war sichtbar	unsichtbar

Feld	Vertriebsclient	alter Shop	neuer Shop
Warnung ab Menge	wirkt	Meldung war sichtbar	unsichtbar

Die Felder sind also **nicht funktionslos** — sie wirken nur nicht mehr dort, wo der Kunde sie sehen würde. Wer sie für den Shop pflegt, sollte wissen, dass sie dort ohne Folgen bleiben.

Mindestbestellmenge: ohne Wirkung im Shop

Die beiden Felder gehören zusammen — eine Prüfung findet nur statt, wenn **beide** gefüllt sind — und sie sind mit dem Debitorwert kombinierbar. Im Shop kommt davon aber nichts an:

- Beim Laden des Warenkorbs **wird** die Unterschreitung berechnet und ein Hinweistext erzeugt (*„Die Mindestbestellmenge wurde nicht erreicht …*").
- Die Schnittstelle, über die der Warenkorb seine Hinweise abholt, gibt diesen Text aber **nicht mit heraus**. Er geht also verloren, bevor er den Shop erreicht.
- Auch der Bestellabschluss prüft nur den Mindestbestell**wert** in Euro, keine Menge. Eine Bestellung wird dadurch also nie blockiert.

Das ist keine Eigenheit des neuen Shops — die Lücke steckt schon in der bestehenden Web-Schnittstelle und galt damit genauso für den alten Shop.

Für die Einrichtung heißt das: Die beiden Felder dürfen gepflegt werden, sie wirken dann aber ausschließlich in der Auftragserfassung des Vertriebsclients.

Einstellungen pflegen

Übersicht

Unter *eCom \ Einstellungen* stellen Sie das Verhalten des Shops ein.

Welche Einstellungen es gibt, welche Werte sie annehmen und was sie bewirken, steht in der Leistungsbeschreibung auf der Seite *Einstellungen im Überblick*. Diese Seite beschreibt nur das Vorgehen und die Stellen, an denen man sich vertut.

Vorgehen

1. *eCom \ Einstellungen* öffnen.
2. Einstellung ändern.
3. Speichern.
4. Daten bereitstellen.

Eine Änderung wirkt frühestens nach dem nächsten Abholintervall des Shops, also nach 15 oder 30 Minuten.

Einstellungen, die nur zusammen mit einer anderen Stelle wirken

Das ist die häufigste Fehlerquelle: die Einstellung ist gesetzt, aber die zweite Stelle fehlt.

Einstellung	Braucht zusätzlich
Gutscheineingabe	einen angelegten Gutschein unter *eCom \ Gutscheinverwaltung*
Frachtkosten Artikel	Frachtkosten und Frachtfreigrenze als Mandantenwerte **mit eCom-Kennzeichen**
Mindestbestellwert aus Debitor anwenden	gelieferte Debitor-Daten; sonst gilt der Mandantenwert

Einstellung	Braucht zusätzlich
Default-Sprache	Artikeltexte und Warengruppentexte in der gewählten Kultur
Noch kein Kunde, Haken entfernt	den Textbaustein *Noch kein Zugang – Hinweis* unter *eCom \ Texte*

Shop-Farben über CSS ändern

Die Farbgebung liegt als Freitext im Feld **CSS**. Die Farben stehen als CSS-Variablen in HSL-Notation.

Für eine Umstellung auf Ihre Hausfarbe genügen in der Regel zwei Werte:

1. `--primary` auf Ihre Hausfarbe setzen — dunkle Ausprägung.
2. `--primary-soft` auf denselben Farbwinkel setzen, aber sehr hell.

Die HSL-Notation lautet `hsl(Farbwinkel Sättigung Helligkeit)`. Für heller oder dunkler in derselben Farbe ändern Sie nur den **letzten** Wert. Variablen mit `var(--primary)` übernehmen den Wert der Hauptfarbe automatisch.

> **Achtung:** Zu jeder Farbe gehört eine `-foreground`-Farbe, also die Schrift darauf. Achten Sie auf ausreichenden Kontrast, sonst wird Text im Shop unlesbar.

Der Seitenhintergrund

Früher erzeugte der Shop aus `--primary` einen **Hintergrundfarbverlauf**. Der ließ sich nur abschalten, indem man seine beiden Endpunkte `--verlauf-warm` und `--verlauf-kalt` von Hand auf dieselbe Farbe setzte.

Dafür gibt es eine eigene Variable. Beide Endpunkte zeigen auf `--shop-hintergrund`, und die wiederum auf `--primary-soft`:

```
--shop-hintergrund: var(--primary-soft);
--verlauf-warm: var(--shop-hintergrund);
--verlauf-kalt: var(--shop-hintergrund);
```

Weil beide Endpunkte **denselben** Wert haben, ist im Auslieferungszustand **kein Verlauf mehr zu sehen** — der Hintergrund ist einfarbig. Und weil der Wert an `--primary-soft` hängt, passt er sich der Hausfarbe von allein an: Wer `--primary-soft` umstellt, bekommt den passenden Hintergrund

dazu.

Einen anderen Hintergrund setzen. Dafür genügt jetzt **eine** Zeile statt zweier:

```
:root {
    --shop-hintergrund: hsl(0 0% 100%);
}
```

Einen Verlauf haben wollen. Setzen Sie `--verlauf-warm` und `--verlauf-kalt` einzeln auf zwei **verschiedene** Farben und lassen Sie `--shop-hintergrund` unberührt.

> **Hinweis zur Farbwahl:** Eine kräftige Hauptfarbe wirkt großflächig deutlich stärker als auf einer Schaltfläche. Weil der Hintergrund an `--primary-soft` hängt — also der **hellen** Ausprägung — fällt das weniger ins Gewicht als früher. Sehen Sie sich das Ergebnis trotzdem am fertigen Shop an, bevor Sie die Farbe festschreiben.

Der Auslieferungszustand und ein Gegenbeispiel

Der Shop wird in **Orange** ausgeliefert. Daneben steht hier eine blaue Palette als Beispiel für eine Umstellung — beide bauen auf **einem** Farbwinkel auf:

Variable	Orange (Auslieferung)	Blau (Beispiel)
`--primary`	`hsl(27 87% 49%)`	`hsl(215 100% 25%)`
`--primary-soft`	`hsl(27 87% 94%)`	`hsl(215 100% 94%)`
`--secondary`	`hsl(36 82% 50%)`	`hsl(211 100% 40%)`
`--accent`	wie `--primary`	wie `--primary`
`--ring`	wie `--primary`	wie `--primary`
`--shop-hintergrund`	`var(--primary-soft)`	frei wählbar
`--verlauf-warm`, `--verlauf-kalt`	beide `var(--shop-hintergrund)`	beide `hsl(0 0% 100%)` — weiß, also kein sichtbarer Verlauf

Von `--primary` zu `--primary-soft` bleiben Farbwinkel und Sättigung **gleich**; nur die **Helligkeit** springt — beim Orange von 49 auf 94 Prozent, beim Blau von 25 auf 94. Genau so ist die Notation gedacht: eine Farbe, zwei Helligkeiten.

`--secondary` weicht in beiden Fällen leicht ab — ein paar Grad im Farbwinkel und eine hellere Stufe. Das genügt, damit sich zweitrangige Elemente absetzen, ohne eine zweite Farbe einzuführen.

> **Hinweis:** `--accent` und `--ring` übernehmen die Hauptfarbe. Wer sie nicht ausdrücklich anders haben will, muss sie gar nicht setzen. In der Praxis sind es also **drei** Werte: `--primary`, `--primary-soft` und `--secondary`.

Die vollständige Variablenliste steht in der Leistungsbeschreibung.