

Praxiswissen für die eigene Shoplösung

Online-Shops mit
Magento



O'REILLY®

Roman Zenner

Den Online-Shop konfigurieren

Im letzten Kapitel haben Sie im Schnellverfahren die wichtigsten Bereiche von Magento kennengelernt und mit einigen Beispielen schon praktische Erfahrungen sammeln können. Mit anderen Worten, Sie sind darauf perfekt vorbereitet, ein konkretes Projekt anzugehen! Wir stellen vor: den Webkochshop.

Dieses Kapitel wird sich damit beschäftigen, ein neues Projekt auf Basis von Magento anzulegen und alle nötigen Einstellungen so vorzunehmen, dass Sie damit online gehen können. Der Webkochshop hat sich zum Ziel gesetzt, in Deutschland (und im zweiten Schritt in Großbritannien) hochwertiges Kochzubehör wie Töpfe und Pfannen, aber auch Besteck und Backzubehör zu verkaufen.

Um den Shop für diese Aufgabe fit zu machen, werden Sie in den folgenden Abschnitten unter anderem allgemeine Kontaktdaten eintragen, die Steuern konfigurieren sowie die Versandarten und Zahlungsmöglichkeiten integrieren. Hierbei gehen wir nicht auf jede einzelne Eingabemaske ein – dazu gibt es hier einfach viel zu viele –, sondern beleuchten die Bereiche, die zum Betrieb des Webkochshops zwingend notwendig sind. Als Basis verwenden Sie hier und in allen nachfolgenden Kapiteln Ihre Magento-Installation *ohne* Beispieldaten.

Bevor Sie sich aber nun voller Eifer in die Konfigurationsarbeit stürzen, möchten wir Ihnen zunächst die sogenannten Geltungsbereiche vorstellen, die Ihnen während der Konfiguration, aber auch in anderen Zusammenhängen in diesem Buch immer mal wieder über den Weg laufen werden. Es handelt sich dabei um eine verschachtelte Struktur aus Website, Store und StoreView, die es Ihnen ermöglicht, beispielsweise komplexe Multishop-Projekte (siehe Kapitel 9) in die Tat umzusetzen. Alle Einstellungen, die Sie nachfolgend vornehmen werden, beziehen sich entweder auf die Standardkonfiguration – diese umfasst sämtliche Websites, Stores und StoreViews einer Magento-Installation – oder auf einen der genannten Geltungsbereiche (wobei der Store eine Sonderrolle einnimmt, wie Sie gleich sehen werden).

Geltungsbereiche: Website, Store und StoreView

Während des Crashkurses in Kapitel 3 ist Ihnen das Drop-down-Menü zur Auswahl des aktuell gültigen Geltungsbereichs (Abbildung 4-1) schon einmal über den Weg gelaufen.

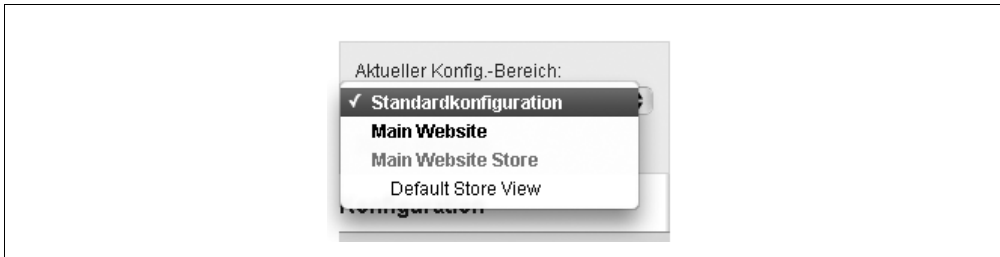


Abbildung 4-1: Das Menü zur Auswahl des aktuellen Geltungsbereichs im Adminbereich

Worauf bezieht sich nun dieser Geltungsbereich? Was gilt wo? Vereinfacht gesagt, geht es um die Frage, für welchen Teil der Magento-Installation die von Ihnen eingegebenen Daten und Einstellungen gelten sollen: für eine Website, einen Store oder einen StoreView. Dieser dreigeteilte Aufbau des Magento-Systems ist der Schlüssel zu dessen enormer Flexibilität im Hinblick auf unterschiedlichste Verkaufsszenarien. Die drei Geltungsbereiche Website, Store und StoreView sind so ineinander verschachtelt, dass sich Einstellungen, die Sie für den Bereich Website angeben, auch auf die darunterliegenden Stores und auf die wiederum dort eingebetteten StoreViews vererben.

Hier werden alle vorhandenen Geltungsbereiche ineinander geschachtelt angezeigt, sodass Sie Einstellungen auf den gewünschten Bereich beschränken können.

Wenn wir also gemeinsam in diesem Buch den Webkochshop aufbauen und Sie Konfigurationen sowie grafische Gestaltungen auf Website-Ebene eintragen, werden sämtliche Stores und StoreViews diesen Einstellungen folgen – es sei denn, Sie definieren für diese Geltungsbereiche etwas anderes. Mit anderen Worten, es lassen sich mit einer Magento-Installation und einem gemeinsamen Benutzerzugang viele verschiedene Onlineshops über einen zentralen Adminbereich komfortabel verwalten.

Mithilfe der Magento-Struktur können Sie also beispielsweise verschiedene Zielgruppen ansprechen, indem Sie beispielsweise für ein junges Publikum ein modernes Design zugrunde legen, während einer älteren Zielgruppe ein klassischeres Layout präsentiert wird. Ebenso ist es denkbar, die gleichen Produkte in unterschiedlichen Ländern mit unterschiedlichen Währungen, Spracheinstellungen sowie anderen Liefer- und Versandkosten zu verkaufen. Last, but not least ist auch eine Aufteilung nach Kunden realisierbar: Während im B2B-Bereich den Firmenkunden Nettopreise angezeigt werden, sehen die Privatkunden im B2C-Sektor die gesetzlich erforderlichen Bruttopreise.

All dies lässt sich in Magento mit nur einer einzigen Installation bewerkstelligen und einem einzigen Adminbereich pflegen. Diese Multishop-Fähigkeit ist eine der herausragenden Merkmale von Magento und war bis dato kommerziellen Systemen vorbehalten.

Dies ist ein Auszug aus dem Buch "Online-Shops mit Magento", ISBN 978-3-89721-868-0
<http://www.o'reilly.de/catalog/onlinehopsger/>
Dieser Auszug unterliegt dem Urheberrecht. © O'Reilly Verlag 2009

Sie ist im Open Source-Bereich bisher konkurrenzlos und damit vor allem für Shopbetreiber, die international operieren oder verschiedene Produktlinien verkaufen möchten, die ideale Lösung.

Bei einer Standardinstallation sind bereits eine Website (*Main Website*), ein dazugehöriger Store (*Main Website Store*) und ein StoreView (*Default StoreView*) vorhanden. Wie Sie im Folgenden sehen werden, lassen sich unter *System* → *Stores verwalten* weitere Websites, Stores und StoreViews beliebig anlegen, wobei diese drei Geltungsbereiche immer zusammen vorhanden sein müssen; eine Website ohne zugehörigen Store lässt sich genauso wenig einrichten wie ein Store ohne StoreView oder ein StoreView ohne Store. Bevor wir die Geltungsbereiche im Detail erläutern, können wir diese wie folgt zusammenfassen:

- *Website*: Übergeordneter Container für Warenkorb und Kundenkonten.
- *Store*: In die Website eingebetteter Container zur Darstellung einer Root-Kategorie.
- *StoreView*: Sicht auf den Store, die z.B. bei unterschiedlichen Sprachen variieren kann.

Website

In einer Magento-Installation ist die Website das übergeordnete Element. Es können hier allerdings parallel auch mehrere verschiedene Websites angelegt werden. Das wichtigste Merkmal dieses Geltungsbereichs ist, dass alle Stores, die ihr unter- bzw. zugeordnet sind, denselben Warenkorb und dieselben Kundeninformationen teilen. Wenn Sie also, wie Sie gleich anhand mehrerer Beispiele noch genauer sehen werden, einer Website mehrere Stores zuordnen, können Kunden, die ein Kundenkonto in Store A angelegt haben, sich mit den gleichen Informationen – also beispielsweise E-Mail-Adresse und Passwort – in Store B anmelden. Analog dazu finden sich alle Artikel in einem gemeinsamen Warenkorb wieder, die in einem der zu einer Website gehörenden Stores dort hineingelegt wurden. Das Verhältnis zwischen Websites und Stores wird in Abbildung 4-2 noch einmal dargestellt. Weiter unten finden Sie verschiedene Szenarien, die die Funktion der Website selbst deutlicher machen.

Store

Von den drei Geltungsbereichen, die in Magento vorgesehen sind, ist ein Store sicherlich der virtuellste. Wie Sie in den nachfolgenden Konfigurationsschritten dieses Kapitels sehen werden, lassen sich alle Einstellungen in *System* → *Konfiguration* nur auf Website- oder StoreView-Ebene durchführen; den Eintrag im Drop-down-Menü zur Auswahl des Geltungsbereichs können Sie demnach auch nicht auswählen. Mit einem Store werden Sie nur dann in Berührung kommen, wenn Sie sich beispielsweise im Dashboard Storebasierte Umsätze ansehen oder in der Kategorieverwaltung (siehe Kapitel 6) Ihren Kategoriebaum aufbauen.

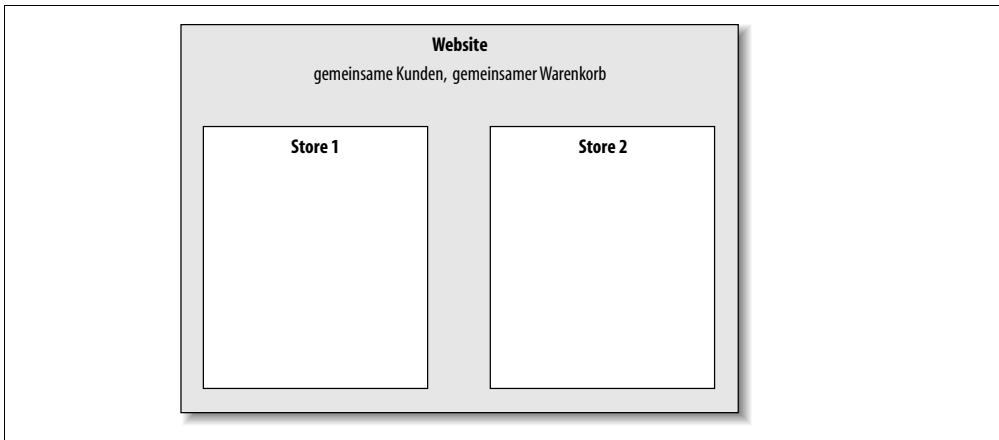


Abbildung 4-2: Das Verhältnis zwischen Website und Store

Ein Store wird einer bestimmten Website innerhalb der Magento-Installation zugewiesen und dient vor allem dazu, einen vorher festgelegten Kategoriebaum darzustellen; in Kapitel 6 beim Aufbau der Kategorien sehen Sie, dass jeder Kategoriebaum eine Wurzel (*Root*) haben muss, von der aus alle Unterkategorien ausgehen bzw. auf der diese fußen. Jeder Store, den Sie in Magento anlegen, benötigt zwingend die Zuweisung einer Root-Kategorie, wobei sich auch mehrere Stores ein und dieselbe Root-Kategorie teilen können. Im Grunde existiert der Geltungsbereich Store nur, um die Einbindung der Kategoriebäume in die Gesamtshopstruktur anschaulicher zu machen; eine weitere Funktion besteht darin, Verkaufsdaten auf Store-Ebene zusammenfassen und statistisch auswerten zu können.

StoreView

So wie eine Website mehrere Stores haben kann, so werden unter einem Store verschiedene StoreViews zusammengefasst. Wie der Name schon andeutet, bestimmen Sie innerhalb eines StoreView die »Sicht« auf den jeweiligen Store. Ein klassischer Einsatzbereich für diesen Geltungsbereich ist der Aufbau eines Stores in mehreren Sprachen; innerhalb eines StoreView lassen sich alle textlichen Informationen, also beispielsweise des Produktkatalogs, aber auch der diversen Menübezeichnungen und Schaltflächen, sprachlich individuell anpassen. Von einem Aufbau mit zwei verschiedenen StoreViews machen wir auch in Kapitel 9 beim Aufbau eines Multishop-Systems Gebrauch. Das Verhältnis zwischen Stores und StoreViews ist in Abbildung 4-3 noch einmal dargestellt.

Die Geltungsbereiche: Drei Anwendungsbeispiele

Im Folgenden zeigen wir Ihnen anhand einiger Szenarien, wie Sie unter Berücksichtigung der gerade beschriebenen Geltungsbereiche den Webkochshop auf verschiedene Weise strukturieren können. Diese sollten natürlich nur als Beispiele verstanden werden, viele

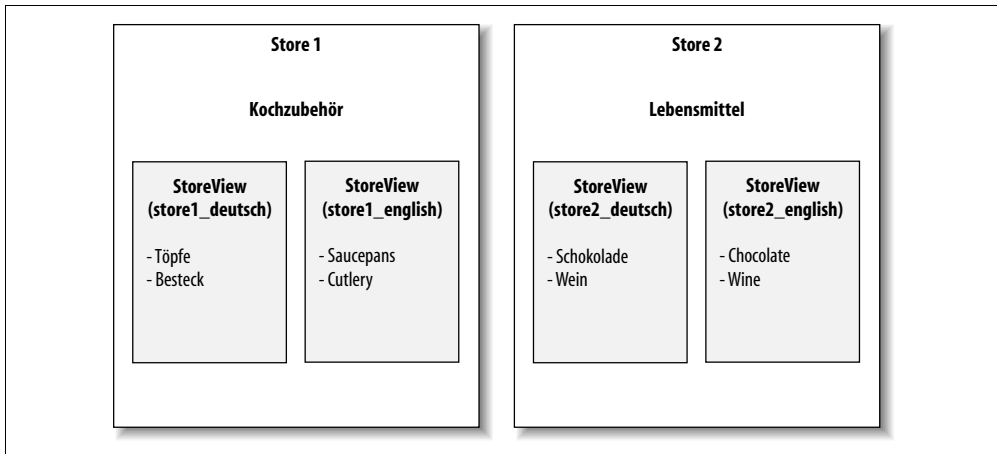


Abbildung 4-3: Das Verhältnis zwischen Stores und StoreViews

andere Kombinationen der einzelnen Geltungsbereiche sind denkbar und in einer bestimmten Situation die richtige Lösung.

Eine Website, ein Store und zwei StoreViews

Diese einfache Variante wird Ihnen auch in Kapitel 9 begegnen, wenn wir gemeinsam den Webkochshop für den englischen Markt fit machen. Über den Magento-Adminbereich wird eine Website angelegt, der nur ein einziger Store zugeordnet ist. In diesem Beispiel wird also nur ein Kategoriebaum angezeigt, der über die Root-Kategorie mit dem Store verbunden ist. Zur Ansicht des Stores werden zwei StoreViews angelegt, die die Ausgabe im Internetbrowser bestimmen und den Inhalt des Webkochshops einmal in deutscher und einmal in englischer Sprache darstellen. Der Aufbau dieser Struktur wird in Abbildung 4-4 noch einmal veranschaulicht.

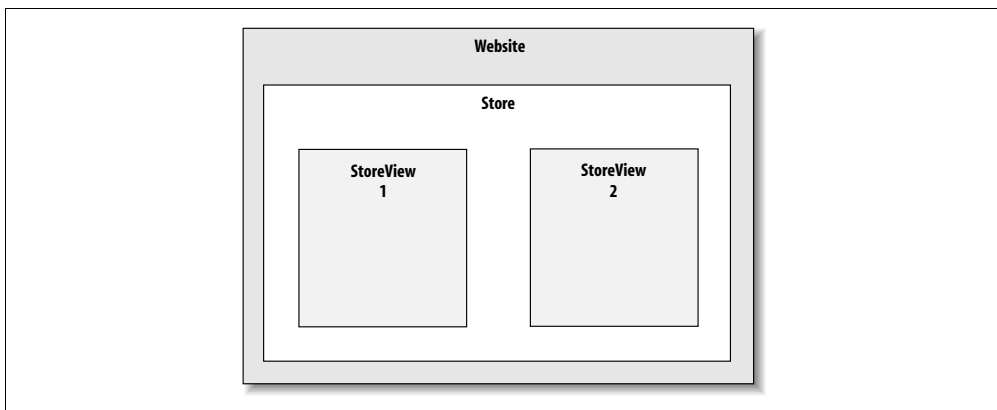


Abbildung 4-4: Eine Shopkonstruktion mit einer Website, einem Store und zwei StoreViews

Eine Website und zwei Stores mit jeweils einem StoreView

Ihre Webkochshop Ltd. möchte auf einer Website zwei Produktwelten darstellen, die Sie in zwei unterschiedliche Kategoriebäume verpacken. Ein Kategoriebaum enthält dabei nur Geschirr und Besteck und wird durch den Store *Webkochshop Non-Food* dargestellt. Der andere Baum enthält im Gegensatz dazu Dinge wie Kuchenglasur und Backaromen und soll analog den wunderschönen Namen *Webkochshop Gourmet* erhalten. Kunden, die ein Kundenkonto in dem einen Store angelegt haben, können auch problemlos im anderen Store bestellen. Ebenso ist es möglich, sowohl Non-Food- als auch Gourmet-Produkte in einen gemeinsamen Warenkorb zu legen

Zusätzlich legen Sie für jeden dieser beiden Stores jeweils einen StoreView (deutsch) an, um Sie im Browser darzustellen. Dieser Aufbau wird in Abbildung 4-5 verdeutlicht.

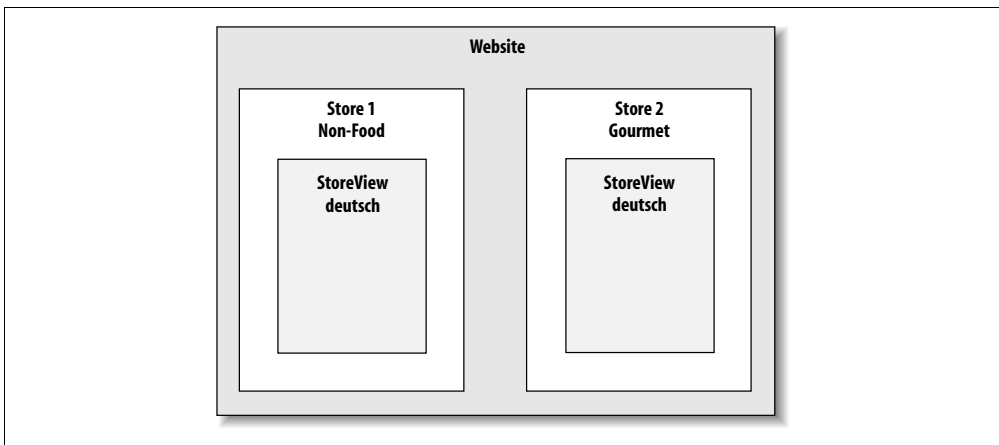


Abbildung 4-5: Struktur mit einer Website, zwei Stores und jeweils einem StoreView

Zwei Websites und zwei Stores mit jeweils einem StoreView

Stellen Sie sich vor, Sie möchten mit Ihrem jungen und dynamischen Unternehmen *Webkochshop Ltd.* zwei völlig unterschiedliche Produktlinien anbieten, die man schlecht in einem gemeinsamen Onlineshop miteinander kombinieren könnte. Denken Sie beispielsweise an schlichtes Geschirr und einfaches Besteck für den preisbewussten Kunden und eine Premiumlinie, in der Sie auch Gold- und Silberbesteck verkaufen. Da Sie vermeiden möchten, dass Ihre Kunden sowohl die Plastik- als auch die Silberlöffel in einen gemeinsamen Warenkorb legen können und außerdem zwei völlig getrennte Kundendatenbanken aufbauen möchten, entscheiden Sie sich, zwei verschiedene Websites anzulegen, jeder einen Store zuzuweisen (*Webkochshop Budget* und *Webkochshop Premium*) und für jeden einen StoreView (deutsch) anzulegen, weil die Produkte nur in Deutschland verkauft werden sollen. Die Struktur dieser Lösung ist in Abbildung 4-6 dargestellt.

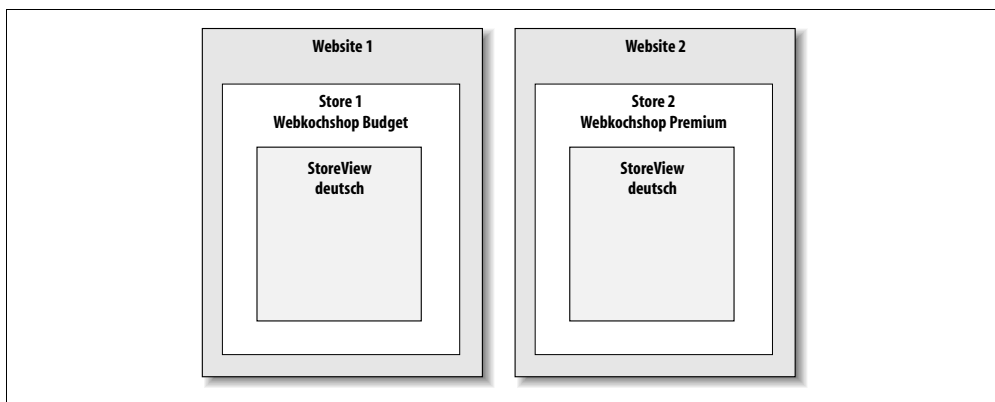


Abbildung 4-6: Der strukturelle Aufbau mit zwei Websites, je einem Store und je einem StoreView

In diesem Abschnitt haben Sie gesehen, welche unterschiedlichen Möglichkeiten es in Magento gibt, die verschiedenen Geltungsbereiche Website, Store und StoreView so miteinander zu verknüpfen, dass die gewünschte Kategoriestructur und das anvisierte Kundenmanagement wie gewünscht abgebildet werden. Im nächsten Abschnitt tauchen Sie tiefer in den Aufbau von Magento ein und lernen die wichtigsten Details zu den sogenannten Blocks.

Grundeinstellungen vornehmen

In diesem Abschnitt geht's ans Eingemachte: den Grundeinstellungen für den Webkochshop. Auf viele verschiedene Eingabemasken verteilt, finden Sie auf den folgenden Seiten eine Vielzahl von Schaltern, Hebeln und Stellrädchen, mit denen Sie Magento so fein justieren können, als wäre es für nichts anderes als für einen Kochzubehörshop programmiert worden.

Damit alle Änderungen, die Sie im Folgenden durchführen, auch sofort im Browser angezeigt werden können, ist es zweckmäßig, zuallererst den Zwischenspeicher von Magento zu deaktivieren. Standardmäßig ist der sogenannte Cache in der Konfiguration aktiviert. Dies kann dazu führen, dass Änderungen, die Sie beispielsweise an den sichtbaren Kopf- und Fußzeilen vornehmen, trotz Aktualisieren des Browsers nicht angezeigt werden. Setzen Sie unter *System* → *Cache Verwaltung* in alle Kontrollkästchen des Abschnitts *Cache Kontrolle* ein Häkchen, setzen Sie das Drop-down-Menü *Alle Caches* auf *Deaktivieren* und speichern Sie diese Einstellungen über den Button *Cache-Einstellungen speichern* oben rechts (Abbildung 4-7).

Somit werden alle Bereiche des Caches ausgeschaltet, und Sie sehen im Frontend immer genau das, was quasi frisch aus der Datenbank erzeugt wurde. Mehr zum Thema Caching erfahren Sie in Kapitel 13.

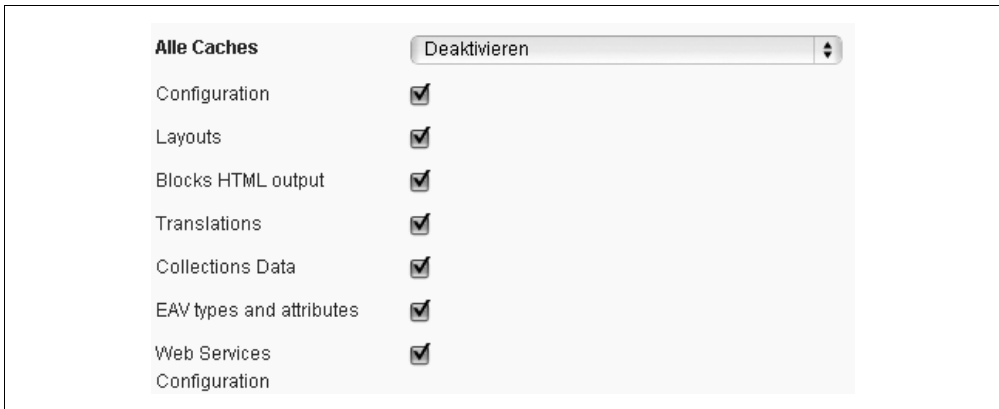


Abbildung 4-7: Cache-Einstellungen deaktivieren

Gehen Sie jetzt also über zum Herzstück des Adminbereichs, der Systemkonfiguration, die Sie über *System* → *Konfiguration* erreichen. Es öffnet sich eine Seite, auf der Sie zunächst links oben das Drop-down-Menü für die Einstellung des Geltungsbereichs sehen. Dort legen Sie fest, für welchen Bereich der Installation die nun folgenden Änderungen gelten sollen. Hier ist es wichtig, dass Sie den Eintrag *Standardkonfiguration* aktivieren, um alle hier getroffenen Einstellungen auf alle Websites und StoreViews Ihrer Magento-Installation weiterzuvererben.

Weiter unten sehen Sie eine Reihe von zu Gruppen zusammengefassten Menüpunkten; im Hauptbereich tragen Sie dann die jeweiligen Werte ein. Dort werden die einzelnen Abschnitte durch graublau Balken dargestellt; klicken Sie einmal darauf, um den jeweiligen Abschnitt nach unten aufzuklappen, ein weiterer Klick lässt das gerade Gesehene wieder wie von Geisterhand verschwinden.

Allgemeine Einstellungen

Das Menü *Allgemein* in der Gruppe *Allgemein* – allgemeiner geht's nun wirklich nicht mehr. In diesem Fall legen Sie die Länderoptionen für den Webkochshop fest. In welchem Land befindet sich der Shop bzw. der Shopbetreiber? In welche Länder soll versandt werden dürfen? Außerdem legen Sie hier die Zeitzone und die Lokalisierung – in unserem Fall *Deutsch (Deutschland)* – fest und bestimmen den ersten Tag der Woche sowie die Tage des Wochenendes.

Beginnen Sie damit, im Abschnitt *Allgemein* die verschiedenen Länderoptionen festzulegen (Abbildung 4-8).

Standard Land

Obwohl er via Internet auf der ganzen Welt bestaunt werden kann, braucht der Webkochshop einen Standort, ein richtiges Zuhause. Wählen Sie hier *Deutschland*.



Abbildung 4-8: Einstellen der Länderoptionen

Erlaubte Länder

In diesem Eingabefeld, das so unscheinbar daherkommt, treffen Sie eine wichtige Entscheidung: Wohin möchten Sie Ihre Waren verschicken, bzw. aus welchen Ländern können Kunden sich bei Ihnen registrieren? Zunächst werden alle Länder der Welt in diesem Feld aufgelistet. Je nachdem, für welche Möglichkeiten Sie sich hier entscheiden, wird es notwendig werden, sich über Liefer- und Versandkosten sowie weitere Sprachen und Währungen Gedanken zu machen. In Kapitel 9 werden Sie mit dem Webkochshop expandieren und Ihr berühmtes Angebot außer nach Deutschland auch nach Großbritannien schicken. Aus diesem Grund markieren Sie mit gedrückter Strg-Taste die beiden Länder *Deutschland* und *Vereinigtes Königreich*.

Im zweiten Abschnitt dieses Menüs legen Sie *Optionen zur Lokalisierung* fest.

Zeitzone

Damit sämtliche Bestellungen auch korrekt erfasst werden können, ist es nötig, eine Zeitzone festzulegen, die für den Webkochshop relevant ist. Ihre Kunden werden ganz schön verärgert sein, wenn sie ein Angebot, das es nur einen Tag lang von Mitternacht bis Mitternacht zu kaufen gibt, nur deswegen nicht mehr kaufen können, weil im Shop die zentralaustralische Zeitzone eingestellt ist. Vermeiden Sie diesen unangenehmen Fauxpas und wählen Sie *W. Europe (Europe/Berlin)* aus.

Lokalisierung

Die Lokalisierung legt beispielsweise fest, wie Daten und Währungsbeträge im Frontend dargestellt werden – denken Sie beispielsweise an die amerikanische Schreibweise 12/24 für den Heiligabend. Setzen Sie hier den Eintrag des Drop-down-Menüs auf *Deutsch (Deutschland)*.

Erster Tag der Woche

Der erste Tag der Woche ist hierzulande *Montag*, stellen Sie das Drop-down-Menü also auf diesen Wert.

Wochenende

Ebenso wie den ersten Tag der Woche legen Sie hier die beiden Tage des Wochenendes fest, indem Sie *Samstag* und *Sonntag* aktivieren.

Die Adressen des Shops festlegen

Unter dem Menüpunkt *Web* legen Sie die Adressen (URLs) fest, über die der Webkochshop im Browser erreicht werden kann. Stellen Sie hier beispielsweise ein, welche Basis-URLs für den ungesicherten (*HTTP*) und den sicheren (*HTTPS*) Betrieb verwendet werden sollen, wie die Standardseite des CMS-Systems lautet und wie Magento mit Cookies und Sessions umgeht. In Bezug auf Sessions und Cookies sind die Voreinstellungen bereits sinnvoll und müssen nicht weiter bearbeitet werden. Auch die Standardseite kann erst einmal so bleiben, wie sie ist; in Kapitel 7 zum CMS und in Kapitel 9 zu Multishops werden wir später noch genauer eingehen. Wie auch in den vorherigen Abschnitten ist der mittlere Inhaltsbereich durch graublau Balken strukturiert, über die Sie per Maus-klick einzelne Bereiche ein- oder ausblenden können.

Im Abschnitt *Ungesichert* (Abbildung 4-9) nehmen Sie nun die Einstellungen bezüglich der ungesicherten Verbindung vor. Ein Wiedersehen mit diesem Abschnitt wird es außerdem auf Seite 231 geben, in dem wir auf die Multishop-Funktionalität von Magento eingehen und an dieser Stelle in diesem Zusammenhang noch diverse Änderungen durchführen werden.

Ungesichert	
Basis-URL	<input type="text" value="http://www.webkochshop.de"/>
Basis Link URL	<input type="text" value="{{unsecure_base_url}}"/>
Basis Skin URL	<input type="text" value="{{unsecure_base_url}}skin/"/>
Basis Media URL	<input type="text" value="{{unsecure_base_url}}media/"/>
Basis JavaScript URL	<input type="text" value="{{unsecure_base_url}}s/"/>

Abbildung 4-9: URL-Einstellungen für nicht gesicherte Verbindungen

Basis-URL

Tragen Sie hier die Adresse ein, unter der der Webkochshop erreicht werden soll: *http://www.webkochshop.de*. (Verwenden Sie zu Testzwecken die Adresse Ihrer lokalen Installation.)

Basis Link URL

In diesem und in den nachfolgenden Eingabefeldern werden Sie einige geschweifte Klammern sehen, in denen Variablennamen stehen. Der Standardeintrag lautet hier

`{{unsecure_base_url}}` und bedeutet einfach, dass die Link-URL, also die Adresse der Startseite, identisch ist mit dem Eintrag, den Sie unter *Basis-URL* (*unsecure_base_url*) hinterlegt haben. Diesen Eintrag belassen Sie so, wie er dort eingetragen ist.

Basis Skin URL

In Kapitel 10 werden Sie erfahren, wie sich ein Theme in Magento auf zwei Ordner verteilt. Einer dieser Ordner ist */skin*, in dem Bilder, JavaScript und Stylesheets auf dem Server abgelegt sind. Legen Sie hier fest, unter welcher Adresse dieser Ordner erreicht werden soll. Auch hier können Sie den bestehenden Eintrag übernehmen.

Basis Media URL

Mit Medien sind in unserem Fall Bilder gemeint, die über den Adminbereich Produkten und Kategorien zugewiesen werden können (siehe Seite 137). Hier lässt sich die Adresse dieser Bilder angeben, der Standardeintrag ist jedoch erneut völlig in Ordnung.

Basis JavaScript URL

Analog zu den Bildern kann auch ein spezieller Pfad für die JavaScript-Dateien Ihres Themes bestimmt werden. Für unsere Zwecke können Sie hier den Standardeintrag übernehmen.

Wichtige HTML-Einstellungen vornehmen

Im nächsten Schritt bearbeiten Sie die Kopf- und Fußbereiche Ihres Shops (ohne dazu einen externen Editor zu benötigen). Besonders der Kopfbereich ist für jede Internetseite sehr wichtig: Dies ist der Bereich, den Ihre Besucher zuerst sehen und der üblicherweise Ihr Logo und wichtige Links beinhaltet. Aber auch im nicht sichtbaren Bereich, genauer gesagt, im HTML-Quellcode jeder Internetseite, sind wichtige Informationen versteckt. Diese sogenannten Metaangaben beinhalten Details zur aktuellen Seite, wie Seitentitel, -kodierung und zusätzliche Beschreibungen, die beispielsweise von Suchmaschinen ausgelesen werden. Auch im (sichtbaren) Fußbereich jeder Seite des Webkochshops möchten Sie bestimmte Inhalte hinterlegen, beispielsweise einen Copyright-Hinweis oder Links zu Impressum oder AGB.

Sämtliche Einstellungen zu den Informationen, die in diesen Bereichen erscheinen, werden an einer zentralen Stelle vorgenommen. Springen Sie dazu in das Menü *Gestaltung* in der Gruppe *Allgemein*.

Kopfbereich der HTML-Seiten bearbeiten

Im Abschnitt *HTML Kopf* fügen Sie einige Werte ein, die in alle HTML-Dokumente geschrieben werden, genauer gesagt, in die Kopfbereiche jeder einzelnen Unterseite. Diese sind für Ihre Besucher unsichtbar und enthalten beispielsweise Informationen zur Darstellung der Seite im Browser oder zur Indizierung der Seite durch Suchmaschinen.

Standard Titel

In Kapitel 6, *Den Produktkatalog aufbauen* zu den Produkten und Kategorien sowie in Kapitel 7, *Textinhalte präsentieren: Das CMS zum CMS* werden Sie sehen, dass Sie für jede einzelne Unterseite im Webkochshop einen eigenen Seitentitel festlegen können. Hier tragen Sie einen Wert ein, der angezeigt wird, sollten Sie aus einem bestimmten Grund keine individuellen Seitentitel vergeben haben. Löschen Sie den Inhalt dieses Eingabefelds und schreiben Sie stattdessen *Der Webkochshop – Kochen mit Stil* dort hinein. Jede Seite im Shop, der selbst kein Titel zugewiesen wurde, wird in Ihrem Shop in Zukunft diesen Titel tragen.

Titel Prefix

Dieses Eingabefeld verwenden Sie, falls Sie einen oder mehrere feste Begriffe auf allen Seiten des Webkochshops dem Seitentitel voranstellen. Schreiben Sie *Jetzt neu!* in dieses Feld.

Titel Suffix

Analog zum Präfix lässt sich hier ein Begriff oder eine beliebige Wortfolge an jeden Seitentitel im Webkochshop anhängen. Tragen Sie das Folgende ein: - *Immer der passende Topf!*

Standard Beschreibung

Zu Metatags und deren Relevanz für Suchmaschinen haben wir weitere Informationen für Sie ab Seite 295 zusammengestellt. Tragen Sie hier eine Beschreibung für alle Seiten an, denen Sie an anderer Stelle keine eigene Metabeschreibung zugefügt haben. Beschränken Sie sich dabei auf ca. 160 Zeichen.

Standard Keywords

Analog zur Beschreibung hinterlegen Sie hier Schlüsselbegriffe, die allgemein auf ihren Shop zutreffen, wie beispielsweise *Kochzubehör, Töpfe, Besteck*. Verwenden Sie vier, höchstens sieben Begriffe.

Standard Robots

Hier haben Sie die Wahl zwischen vier Varianten:

- *INDEX, FOLLOW*
- *NOINDEX, FOLLOW*
- *INDEX, NOFOLLOW*
- *NOINDEX, NOFOLLOW*

Setzen Sie das Drop-down-Menü auf *INDEX, FOLLOW*, um den Webkochshop für Suchmaschinen-Crawler vollständig durchsuchbar zu machen.

Diverse Skripte

In dieses letzte Eingabefeld tragen Sie JavaScript-Funktionen oder Links auf JavaScript-Dateien ein, die noch im Kopfbereich des HTML-Dokuments enthalten sein sollen. Für den Webkochshop sind derartige Skripte jedoch nicht erforderlich, Sie können das Feld also getrost leer lassen.

Suchmaschinen: Folgen Sie mir unauffällig

Im Metabereich eines jeden HTML-Dokuments lässt sich an einer Stelle festlegen, wie Suchmaschinen mit dem jeweiligen Dokument umgehen sollen, wenn sie diesem denn bei ihren automatischen Streifzügen durch die Weiten des Internets begegnen (*crawling*).

Der erste Wert beeinflusst die Entscheidung, ob Sie die aktuelle Seite in den Ergebnissen von Google & Co. sehen möchten. Gibt es in Ihrem Webprojekt Seiten, die Sie gern aus dem Index heraushalten möchten, entscheiden Sie sich hier für NOINDEX. Im Regelfall ist es jedoch sehr sinnvoll, möglichst viele (unterschiedliche) Seiten in den Index zu schicken, um dadurch die eigene Position zu verbessern. In diesem Fall entscheiden Sie sich für INDEX.

Der zweite Schalter betrifft die Frage, wie der Crawler der Suchmaschine die Links auf Ihrer Seite bewerten soll. Wenn Sie sich für FOLLOW entscheiden, folgt er allen Links auf der Seite und indiziert diese Unterseiten (wenn Sie sie mit INDEX freigegeben haben). In der anderen Variante, nämlich NOFOLLOW, schalten Sie diese Links für den Crawler de facto ab. (Die Tatsache, dass sich der Google-Crawler davon trotzdem nicht vom Indizieren abhält, gilt als offenes Geheimnis.) Dies kann dann sinnvoll sein, wenn es möglicherweise einen Linkbereich auf Ihrer Website gibt, der aus Ihrem Angebot hinaus auf Dritte verweist und Sie den Crawler lieber auf der eigenen Seite halten möchten.

Die (sichtbare) Kopfzeile verändern

Bisher haben wir es mit dem Kopf der HTML-Datei zu tun gehabt, der für Ihre Shopbesucher weitestgehend unsichtbar ist. Im Abschnitt *Kopfzeile* beeinflussen Sie nun den Kopfbereich des Webkochshops – einer Stelle, die im Gegensatz dazu sofort von den Besuchern wahrgenommen wird (Abbildung 4-10).

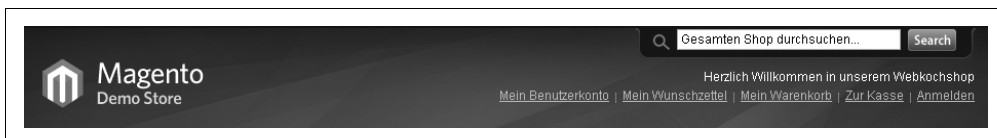


Abbildung 4-10: Kopfbereich inklusive Logo und Willkommensnachricht

Logo Bild Src-Attribut

Über dieses Eingabefeld lässt sich der Pfad bzw. der Name zur Logo-Grafik ändern. Im *Default*-Theme ist das Logo stets oben links angeordnet. In Kapitel 10 beschäftigen Sie sich mit der Modifikation dieses *Default*-Themes und laden auch ein neues Logo auf den Server. Für den Moment können Sie also die aktuelle Einstellung beibehalten.

Logo Bild Alt-Attribute

Jedes Bild benötigt in validem HTML-Code ein sogenanntes Alt-Tag. Dies ist ein kurzer Text, der angezeigt wird, sollte das Bild aus irgendeinem Grund nicht darge-

stellt werden können. Ein anderes Beispiel dafür ist die Verwendung von sogenannten Screen-Readern, die Internetnutzern mit Sehbehinderung eine Website sprichwörtlich vorlesen. Der Text kann problemlos erkannt werden, ein Bild jedoch nicht. Tragen Sie deshalb das Wort *Webkochshop* in dieses Eingabefeld ein.

Willkommenstext

Sprechen Sie Ihre Kunden im Kopfbereich Ihres Shops mit ein paar netten Worten an. Sie könnten beispielsweise *Herzlich willkommen in unserem Webkochshop* in dieses Eingabefeld eintragen.

Die richtige Fußzeile finden

Neben einer Kopfzeile verfügt ein Shop üblicherweise auch über einen Seitenfuß, in dem Informationen wie Copyright, aber auch Impressum und AGB verlinkt sind (Abbildung 4-11). Obwohl Sie natürlich diese Dinge auch direkt im Theme ändern könnten – was im Übrigen ebenfalls für die Kopfzeile gilt –, ist der Eintrag hier die definitiv einfachere Variante und für unsere Zwecke ideal geeignet. Klicken Sie zur Änderung die Überschrift *Fußzeile* an.

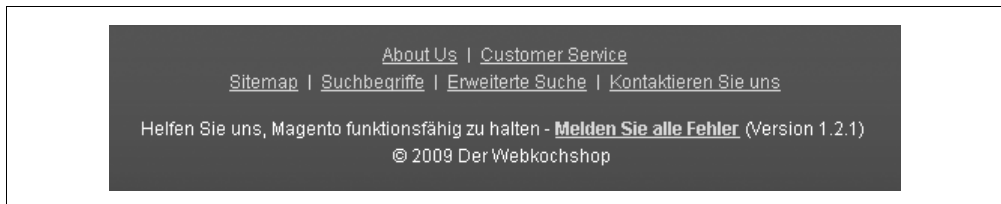


Abbildung 4-11: Fußzeile mit Copyright-Hinweis und weiteren Informationen

Copyright

In diesem Eingabefeld ist Platz für einen Hinweis zum Urheber bzw. Eigentümer des Webshops. Tragen Sie hier *©copy; 2009 Der Webkochshop* ein.

Verschiedenes HTML

Wie unter dem Eingabefeld auch schon als Hinweis vermerkt, können Sie noch Code eintragen, der vor dem schließenden Body-Tag des HTML-Dokuments eingefügt wird. Denkbar wäre hier beispielsweise das Einbinden eines Diensts zur Website-Analyse. Unser Beispielshop kommt jedoch ohne diesen Zusatzcode aus, also können Sie das Feld getrost leer lassen.

Bildeinstellungen

Attraktive Bilder in verschiedenen Varianten sind ein sehr wichtiges Mittel beim Verkauf von Waren über das Internet. In Magento gibt es drei Bildtypen, von denen eins das Originalbild ist, das Sie bei der Produktverwaltung auf den Server laden (siehe Seite 137). Die anderen beiden werden automatisch erzeugt und im Bildercache abgelegt.

Base Image

Dies ist das Bild in der Originalgröße, in der Sie es auf Ihren Server laden. Es wird auf der Produktdetailseite angezeigt (Abbildung 4-12) und bietet Ihnen die Möglichkeit – eine ausreichende Auflösung vorausgesetzt –, dort die Zoomfunktion zu nutzen. Dazu wird es auf 265px herunterskaliert.

Small Image

Dieses Bild ist standardmäßig 135 Pixel breit und erscheint in der Produktauf-listung innerhalb einer Kategorie (Abbildung 4-13).

Thumbnail Image

Last, but not least kommt dieses Bild in einer Breite von 50 Pixeln beispielsweise in der verkleinerten Warenkorbansicht in der Seitenleiste zum Einsatz (Abbildung 4-14).

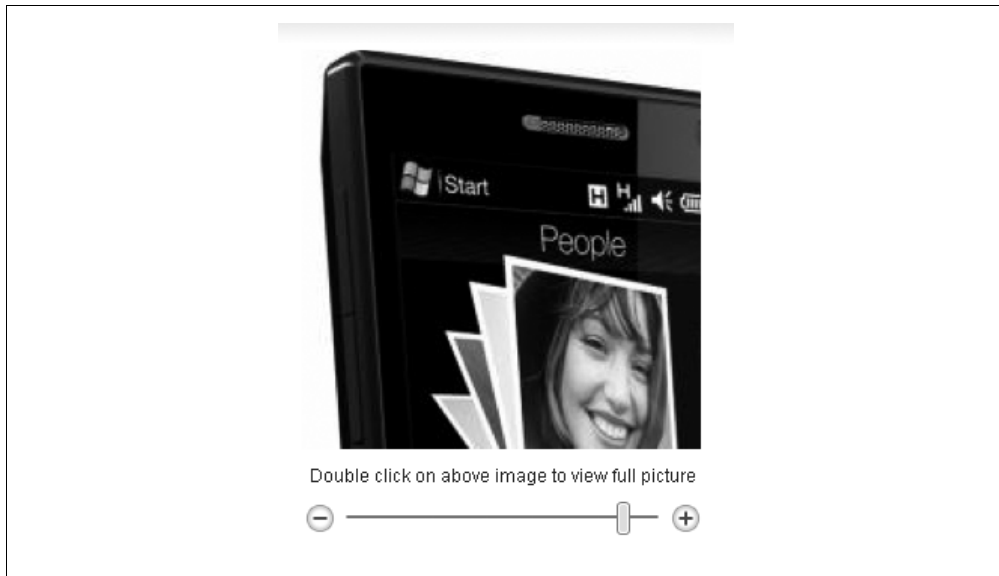


Abbildung 4-12: Das Base Image in der Zoom-Variante

Legen Sie ein Wasserzeichen für Ihre Produktbilder fest

Sie haben in liebevoller Kleinarbeit Ihre Produkte vor einem schönen Hintergrund drapiert, alles perfekt ausgeleuchtet und einmalige Produktfotos hergestellt. Dann ist es sehr ärgerlich, wenn ein Mitbewerber Ihnen diese Bilder einfach stiehlt. Um dies zu verhindern, wurde in Magento eine Funktion integriert, die automatisch beim Upload der Produktbilder (siehe Seite 137) ein von Ihnen festgelegtes Bild als Wasserzeichen darüberlegt. Die Details dieser Funktion bestimmen Sie im Abschnitt *Produktbild Wasserzeichen*, und zwar separat für die drei Bildtypen, die in Magento vorgesehen sind und beim Upload automatisch erzeugt werden.



Abbildung 4-13: Das Small Image in einer Produktauflistung



Abbildung 4-14: Das Thumbnail Image im Warenkorb

Base Image Wasserzeichen Standardgröße

Tragen Sie hier eine Breite in Pixeln für das Wasserzeichen ein, das auf dem Base Image Platz finden soll. Eine sinnvolle Größe ist hier die Breite 100 (Pixel).

Base Image Wasserzeichen

Mithilfe des *Durchsuchen*-Buttons lässt sich das Bild, das als Wasserzeichen verwendet werden soll, auf der Festplatte lokalisieren.

Base Image Wasserzeichen Position

Hier haben Sie Einfluss auf die Art und Weise, wie das Wasserzeichen auf dem Originalbild positioniert wird. Diese Art von Einstellungen kennen Sie möglicherweise, wenn Sie ein eigenes Bild als Bildschirmhintergrund auf Ihrem Computer einrichten möchten.

- *Dehnen*: Das Wasserzeichenbild wird so gedehnt, dass es auf die angegebenen Maße passt.
- *Kachel*: Das Bild wird vertikal und horizontal so lange wiederholt, bis die vorgegebenen Maße ausgefüllt sind.

Die letzten vier Varianten sind selbsterklärend:

- *Oben links*
- *Oben rechts*
- *Unten links*
- *Unten rechts*

Analog zum *Base Image* können Sie in den verbleibenden Eingabefeldern die entsprechenden Werte für *Small Image* und *Thumbnail* festlegen. Haben Sie alle Einstellungen vorgenommen, werden Ihre Produktbilder auch so aussehen (Abbildung 4-15).



Abbildung 4-15: Ein Produktbildwasserzeichen in Aktion

Platzhalter für Produktbilder festlegen

Was geschieht, wenn Sie nicht für jeden Artikel ein passendes Produktbild zur Verfügung haben? Auch daran haben die Magento-Entwickler gedacht und eine Möglichkeit integriert, Platzhalter für alle drei Bildvarianten (*Base Image*, *Small Image*, *Thumbnail*) zu hinterlegen. Suchen Sie dazu über die Schaltfläche *Durchsuchen* ein Bild von Ihrer Festplatte aus, das beispielsweise den Text »Bild leider nicht vorhanden« oder »Wir fotografieren für Sie« enthält (Abbildung 4-16).

Leider kein
Bild vorhanden

Abbildung 4-16: Platzhalter für Produktbilder

Kontakte und E-Mail-Adressen festlegen

Allgemeine Einstellungen zu den E-Mail-Adressen, die von Magento als Absender verwendet werden, nehmen Sie unter dem Menüpunkt *Store E-Mail-Adressen* vor (Abbildung 4-17). Sie werden sehen, dass Magento ein wahrer E-Mail-Weltmeister ist, der an vielen verschiedenen Stellen E-Mails automatisiert versenden kann, um Sie und Ihre Kunden jederzeit auf dem neusten Stand zu halten.

Store E-Mail Adressen

Allgemeiner Kontakt

Absendername

E-Mail Absender

Verkaufsvertreter

Kundensupport

Eigene E-Mail 1

Eigene E-Mail 2

Abbildung 4-17: Verwaltung der E-Mail-Adressen

Der E-Mail-Kontakt *Allgemeiner Kontakt* wird für allgemeine Anfragen im Shop genutzt. Tragen Sie hier den Absendernamen *Der Webkochshop* und die E-Mail-Adresse *info@webkochshop.de* ein. Als Nächstes legen Sie bei *Verkaufsvertreter* fest, welche Angaben in den E-Mails erscheinen sollen, die im Rahmen einer Bestellung in Magento generiert werden. Geben Sie in das Feld *Absendername* erneut *Der Webkochshop* und in das Feld *E-Mail Absender* die Adresse *verkauf@webkochshop.de* ein. Im Bereich *Kundensupport* bestimmen Sie, welche Absenderangaben in der E-Mail enthalten sein sollen, die verschickt wird, wenn der Kunde eine Anfrage an den Support stellt. Der *Absendername* sollte erneut *Der Webkochshop* und der *E-Mail Absender* *support@webkochshop.de* lauten. *Last, but not least* wurden mit *Eigene E-Mail 1* und *Eigene E-Mail 2* zwei Dummies vorbereitet, die Sie mit beliebigen Daten füllen können.

Unter *Kontakt*, dem letzten Menüpunkt der Gruppe *Allgemein*, legen Sie fest, wie das Kontaktformular im Webkochshop genutzt wird.

Der Abschnitt *Kontaktieren Sie uns* enthält nur ein Drop-down-Menü, mit dessen Hilfe Sie die Kontaktfunktion ein- und ausschalten. Da wir unseren Topf- und Geschirr-begeisterten Kunden die Möglichkeit geben möchten, direkt mit uns über das Kontaktformular in Verbindung zu treten, wählen Sie hier natürlich *Ja* aus. Weiter unten gibt es für Sie noch drei Eingabemöglichkeiten im Abschnitt *E-Mail-Optionen*. Wenn ein Kunde Ihnen eine Nachricht über das Kontaktformular schickt, erscheinen der hier eingegebene Name und die hier eingetragene E-Mail-Adresse in der anschließend automatisch verschickten Bestätigungsmail.

In das Feld *Sende E-Mails an* tragen Sie Adresse ein, an die Anfragen über das Kontaktformular gesendet werden sollen. Verwenden Sie hier zu Testzwecken eine beliebige E-Mail-Adresse, auf die Sie Zugriff haben; im produktiven Einsatz empfiehlt sich die Verwendung von *kontakt@webkochshop.de*. Bei *E-Mail Absender* erscheint eine Drop-down-Liste, die alle eingerichteten Kontakte enthält. Wählen Sie aus dem Menü den Eintrag *Allgemeiner Kontakt* aus.

Die letzte wichtige Information in diesem Abschnitt ist die *E-Mail-Vorlage*. Dieses Drop-down-Menü enthält anfänglich nur einen Eintrag, *Standardvorlage der Lokalisierung*. Sobald Sie mehrere Vorlagen für die sogenannten Transaktions-E-Mails angelegt haben (siehe Seite 106), lassen sich hier auch weitere Varianten auswählen.

Einstellungen für den Produktkatalog

Als Nächstes sind die Einstellungen für Ihren Produktkatalog an der Reihe. Beginnen Sie mit der Konfiguration, indem Sie in der Gruppe *Katalog* den Menüpunkt *Katalog* auswählen und wiederum nacheinander die graublauen Balken im Inhaltsbereich aus- und nach der Bearbeitung wieder einklappen.

Im Crashkurs in Kapitel 3 haben Sie bei der Besprechung der Produktauflistungen im Frontend gesehen, dass man innerhalb einer Kategorie *Produktauflistung* zwischen einer Listenansicht und einer Tabellenansicht hin- und herschalten kann. Wie dies genau angezeigt wird, können Sie im Abschnitt *Shop* bestimmen.

Liste

Entscheiden Sie hier, auf welche Weise die Produkte des Webkochshops dargestellt werden sollen.

- *Raster (Standard) / Liste*
- *Liste (Standard) / Gitter*
- *Nur Raster*
- *Nur Liste*

Produkte pro Seite (erlaubte Werte für Gitter)

Die Werte dieses Eingabefelds beeinflussen, in wie großen Datenhäppchen die Produkte in der Gitteransicht dargestellt werden. Die Werte werden dabei kommagetrennt eingegeben. Der Standard ist hier *9,15,30*, den Sie beibehalten können. Die Kunden im Frontend haben dann die Möglichkeit zu wählen, ob sie 9, 15 oder 30 Produkte auf einmal sehen möchten.

Produkte pro Seite (Standardwert für Gitter)

Hier möchte Magento von Ihnen wissen, welcher der Standardwert für die Anzahl der angezeigten Produkte sein soll. Wie unter dem Eingabefeld ebenfalls erläutert wird, muss dies ein Wert aus der Liste sein, die Sie im vorigen Feld eingetragen haben. Halten Sie an dieser Stelle den Wert *9* bei.

Produkte pro Seite (erlaubte Werte für Liste)

Analog zu den Produkten pro Seite in der Gitteransicht geben Sie hier die gewünschten Werte kommagetrennt ein. Der Standardwert lautet *5,10,15,20,25*. Die kleineren Schritte erklären sich dadurch, dass in der Gitteransicht die Produkte enger auf der Seite platziert und deswegen auch mehr angezeigt werden können. Listenansichten nehmen in diesem Zusammenhang einen größeren Raum in Anspruch. Belassen Sie die Werte für den Webkochshop bei den Standardwerten.

Produkte pro Seite (Standardwert für Liste)

Auch für die Listenansicht benötigt Magento einen Standardwert, der ein Wert aus der vorhin eingegebenen Liste sein muss.

Versandeinstellungen

Damit der Shop die korrekten Versandkosten für die jeweilige Bestellung berechnen kann, ist es wichtig, Ihre Versandadresse im Adminbereich zu verewigen. Klicken Sie dazu auf den Menüpunkt *Versandeinstellungen* in der Gruppe *Verkäufe* und öffnen Sie anschließend den Abschnitt *Herkunft*, wo Sie die Adressdaten entsprechend eintragen können (Abbildung 4-18).

Herkunft	
Land	Deutschland
Region	Nordrhein-Westfalen
Postleitzahl	52070
Stadt	Aachen

Abbildung 4-18: Von dieser Adresse werden die Waren des Webkochshops versandt

Warenkorb und Bestellprozess anpassen

Der nächste Schritt besteht darin, festzulegen, wie Ihre Kunden den Bestellprozess im Webkochshop durchlaufen sollen, wobei wir wieder nur auf die wichtigsten Konfigurationsschritte eingehen. Wählen Sie in der Gruppe *Verkäufe* den Menüpunkt *Zur Kasse* aus und füllen Sie die Eingabefelder im Abschnitt *Bezahloptionen* nacheinander aus. Diese Einstellungen sind an dieser Stelle wichtig, da Sie mit ein paar einfachen Mausklicks ganz entscheidend die Art und Weise beeinflussen, wie der Kunde den prall gefüllten digitalen Warenkorb zur Kasse bringt. Sie geben hier beispielsweise an, dass der gesamte Bestellprozess auf einer Seite geschehen soll und der Kunde sich sowohl als Neukunde registrieren als auch eine Gastbestellung ohne Registrierung durchführen kann.

Einseitigen Bezahlvorgang deaktivieren

Ein wichtiges Merkmal von Magento ist der sogenannte *Single-Page-Checkout*: Der gesamte Bestellprozess wird auf einer einzigen Seite abgewickelt, sodass der Kunde auf einfache und transparente Weise seine Bestelldaten eingeben kann. Standardmäßig steht das Drop-down-Menü dazu auf *Nein*, und das ist auch sehr gut so. Sollte dort trotzdem *Ja* ausgewählt sein – vielleicht ist ja die Katze über die Tastatur gelaufen, oder das Menü hat sich wegen Vollmond selbst verstellt –, ändern Sie dies in jedem Fall wieder auf *Nein*, um den einseitigen Bezahlvorgang zu nutzen.

Bezahlvorgang als Gast ermöglichen

In modernen Onlineshops haben Kunden oftmals die Wahl, bei der Bestellung direkt ein Kundenkonto einzurichten oder die Bestellung als Gast ohne Registrierung zu tätigen. Und da der Webkochshop ein moderner, mit allen Wassern gewaschener Onlineshop werden sollen, wählen Sie hier die Option *Ja* aus. Der Vorteil für Sie als Shopbetreiber besteht darin, dass dem Kunden so kurz vor der Bestellung nicht noch unnötige Hürden durch die Neuregistrierung in den Weg gestellt werden. Sollte der Kunde sich trotzdem für eine Registrierung entscheiden, kann er dies auch tun und kommt damit beispielsweise in den Genuss eines eigenen Kundenbereichs.

AGB aktivieren

Der Gesetzgeber verlangt, dass ein Kunde vor der Bestellung explizit die allgemeinen Geschäftsbedingungen akzeptieren muss, damit es zu einem gültigen Kaufvertrag kommt. Es ist daher sehr wichtig, dass Sie dieses Menü auf *Ja* setzen. (Auf Seite 100 gehen wir auf die Einbindung der AGB noch genauer ein.)

Die Steuerberechnung konfigurieren

Man sagt, dass mehr als zwei Drittel aller weltweit veröffentlichten Steuerliteratur in deutscher Sprache verfasst werden. Diese Zahlen mögen stimmen oder nicht, wichtig sind die Steuereinstellungen für den Webkochshop allemal. In diesem Abschnitt erläutern wir im Detail, wie Sie die Steuern in Magento perfekt konfigurieren. Dies geschieht an zwei Stellen: Im Abschnitt *Verkäufe* → *Steuern* werden alle steuerrelevanten Daten angegeben, über *System* → *Konfiguration* wird dann zum einen die Ausgabe im Frontend bearbeitet und zum anderen festgelegt, ob die Preise im Adminbereich brutto oder netto hinterlegt sind.

Zuerst werden Sie Produktsteuerklassen anlegen, um bestimmte Produkte gruppieren und steuerlich gleich behandeln zu können. Da für Lebensmittel ein anderer Mehrwertsteuersatz gilt als der Standardsatz von 19%, werden Sie hier zwei Steuerklassen anlegen. In ähnlicher Weise gruppieren Sie im darauffolgenden Abschnitt verschiedene Kundengruppen mithilfe der sogenannten Kundensteuerklassen.

Als Nächstes sind die verschiedenen Steuerzonen und -sätze an der Reihe, über die im Webkochshop letztlich die relevanten Steueraufschläge berechnet werden. Da Sie im Shop sowohl Lebensmittel als auch Kochtöpfe und Bestecke verkaufen möchten, legen Sie hier die Sätze 7% und 19% an. Nach diesen vorbereitenden Maßnahmen fügen Sie die verschiedenen Steuerklassen, -zonen und -sätze zu Steuerregeln zusammen, die Sie in der Produktverwaltung (siehe Kapitel 6) Ihren Produkten zuweisen können. Das alles hört sich schlimmer an, als es ist, tut aber nicht weh, und Sie können in der ruhigen Gewissheit Ihren Shop verwalten, dass Sie auf diese Art und Weise für sämtliche weltweit vorkommenden steuerlichen Besonderheiten gewappnet sind.

Produktsteuerklassen anlegen

Beginnen Sie die Konfiguration des Webkochshops, indem Sie über das Navigationsmenü in den Bereich *Verkäufe* → *Steuern* → *Produktsteuerklassen* springen. Zunächst werden Sie zu einer Tabelle weitergeleitet, in der die beiden Klassen *Shipping* und *Taxable Goods* enthalten sind. Diese sind auch bei einer Installation von Magento ohne Beispieldaten (*sample data*) enthalten und können zunächst ignoriert bzw. zu einem späteren Zeitpunkt gelöscht werden (Abbildung 4-19).

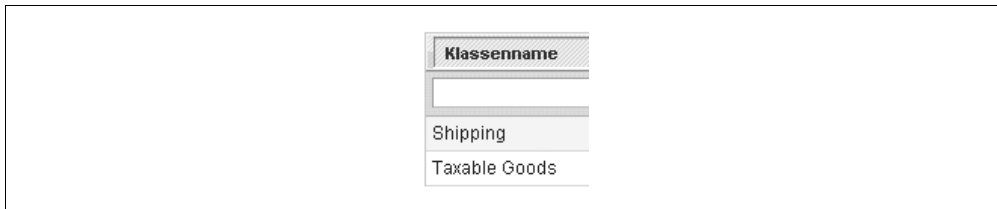


Abbildung 4-19: Übersicht der vorhandenen Produktsteuerklassen

Was genau ist nun eine Produktsteuerklasse? Wie der Name schon andeutet, können Sie mit einer solchen Steuerklasse bestimmte Produkte zusammenfassen, die im Shop mit dem gleichen Steuersatz verkauft werden sollen. Da wir im Webkochshop Produkte wie Kochtöpfe und Besteck, aber auch Lebensmittel wie Kuchenglasur verkaufen möchten und dafür zwei verschiedene Steuersätze zum Tragen kommen, nämlich 7% und 19%, kommt diese Konfigurationsmöglichkeit wie gerufen. An dieser Stelle legen Sie nun zwei Produktsteuerklassen an. Klicken Sie dazu auf *Add new*, woraufhin eine Eingabemaske mit genau einem Eingabefeld (*Klassenname*) erscheint (Abbildung 4-20).

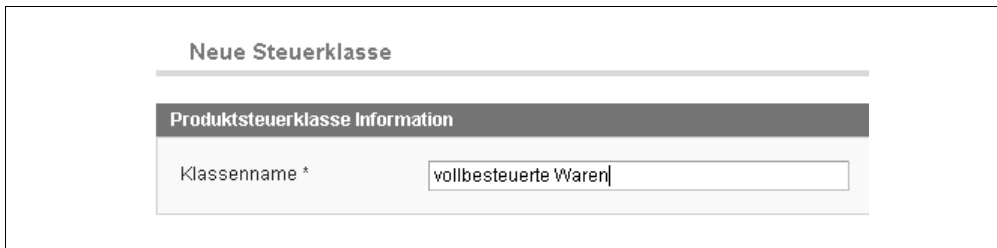


Abbildung 4-20: Anlegen einer neuen Produktsteuerklasse

Tragen Sie hier *teilsteuerte Waren* ein und speichern Sie diesen Eintrag via *Steuerklasse speichern*. Zur Bestätigung erscheint die Meldung *Steuerklasse wurde erfolgreich gespeichert* in grüner Schrift oberhalb der Tabelle. Wiederholen Sie diesen Vorgang und legen Sie ebenfalls die Produktsteuerklasse *vollbesteuerte Waren* an. Möchten Sie im Nachhinein diese Werte noch ändern, klicken Sie einfach in die jeweilige Zeile der Tabelle, und Sie können den Namen der Klasse beliebig verändern.

Kundensteuerklassen anlegen

Analog zu den Produktsteuerklassen lassen sich mit Kundensteuerklassen einer bestimmten Kundengruppe unterschiedliche Steuersätze zuweisen. Eine Übersicht der bereits vorhandenen Klassen erhalten Sie im Bereich *Verkäufe* → *Steuern* → *Kundensteuerklassen*. Dort legen Sie über die Schaltfläche *Add new* nun ebenfalls eine neue Steuerklasse *Endkunden* an, indem Sie diesen Begriff in das Eingabefeld *Klassenname* eintragen (Abbildung 4-21). (Wenn Sie ihre Produkte beispielsweise in das EU-Ausland und an Geschäftskunden mit gültiger Umsatzsteueridentifikationsnummer verkaufen, können Sie in diesem Fall die Umsatzsteuer verlegen. Für diesen Fall ließe sich dann eine neue

Kundengruppe *EU-Ausland* erstellen, sodass entsprechend in Ihrem Shop für diesen besonderen Fall eine Mehrwertsteuer von 0% gelten würde.)

Abbildung 4-21: Anlegen einer neuen Kundensteuerklasse

Mit dem altbekannten Klick auf *Steuerklasse speichern* oben rechts wird auch dieser Eintrag sicher in Richtung Datenbank geschickt und erscheint zur Bestätigung ebenfalls in der Übersichtstabelle.

Steuerzonen und -sätze verwalten

Bislang haben Sie Produkte und Kunden steuertechnisch zusammengefasst, jetzt ist es an der Zeit, Zahlen sprechen zu lassen und konkrete Steuersätze bzw. Steuerzonen für den Webkochshop festzulegen. Springen Sie dazu in den Bereich *Verkäufe* → *Steuern* → *Steuerzonen und -sätze verwalten* und ignorieren Sie dabei geflissentlich die beiden Einträge der Übersichtstabelle, die von Varien in der Standardinstallation dort hinterlegt wurden (Abbildung 4-22).

Steuerkennung	Land	Land	Postleitzahl	Satz
	Alle Länder			Von: <input type="text"/> Bis: <input type="text"/>
US-CA-*Rate 1	Vereinigte Staaten	CA	*	8.25
US-NY-*Rate 1	Vereinigte Staaten	NY	*	8.375

Abbildung 4-22: Alle bisher vorhandenen Steuersätze

Legen Sie jetzt einen neuen Steuersatz an, indem Sie die Schaltfläche *Neuen Steuersatz anlegen* anklicken. Es erscheint eine Eingabemaske, in der Sie mehrere Felder ausfüllen müssen (Abbildung 4-23).

Steuerkennung

Tragen Sie hier einen Schlüssel für den neuen Steuersatz ein, anhand dessen Sie ihn später wiedererkennen können. Diese Kennung wird auch an den jeweiligen Stellen im Frontend angezeigt. Für unser Beispiel wählen Sie die Angabe *MwSt. 19%*.

Neuen Steuersatz anlegen

Steuersatz Information

Steuerkennung *	MwSt 19%
Land *	Deutschland
Land *	*
Postleitzahl	*
Satz *	19.0000

Abbildung 4-23: Ein neuer Steuersatz wird angelegt

Land

Als Nächstes erscheint ein Drop-down-Menü, in dem alle Länder gespeichert sind, die in der Magento-Datenbank vorhanden sind. Wählen Sie hier das Land aus, für das der aktuelle Steuersatz gelten soll, also *Deutschland*.

Bundesland

Nein, Sie sehen nicht plötzlich doppelt, hier gibt es tatsächlich einen zweiten Eintrag namens *Land*. An dieser Stelle erscheinen alle subnationalen Einheiten, also beispielsweise Bundesländer oder Kantone, die für das oben genannte Land hinterlegt sind. Damit ist Magento auch für den Fall vorbereitet, dass es für verschiedene Bundesländer unterschiedliche Steuersätze geben kann. Da aber selbst der Freistaat Bayern bisher in allen Föderalismusreformen nicht auf einem eigenen Mehrwertsteuersatz bestanden hat, können Sie dieses Drop-down-Menü auf das * setzen, um alle Länder auszuwählen.

Postleitzahl

Magentos Flexibilität kennt kaum Grenzen, wie Sie anhand des folgenden Eintrags erkennen können. Sollte es aus irgendeinem Grund erforderlich sein, bei der Steuerberechnung nach Postleitzahlen zu unterscheiden, geht an dieser Stelle auch das. Nehmen Sie hier das *, um anzugeben, dass der aktuelle Steuersatz für jede Postleitzahl in Deutschland gelten soll. (Diese Option ist beispielsweise für die USA relevant, daher taucht sie hier auf.)

Satz

Last, but not least tragen Sie hier den gewünschten Prozentwert des Steuersatzes als Dezimalzahl ein, also *19.0000* für die aktuelle Mehrwertsteuer unserer vollbesteuerten Produkte.

Nachdem Sie alle Werte eingetragen haben, speichern Sie den aktuellen Steuersatz mittels *Steuersatz speichern* ab. Legen Sie anschließend einen weiteren Steuersatz namens *MwSt. 7%* an und weisen Sie ihm den Steuersatz *7.0000* (%) zu. Damit haben Sie alle

steuertechnischen Vorbereitungen für den Webkochshop getroffen und können nun beim Anlegen der Produkte (siehe Kapitel 6) zwischen dem ermäßigten Satz von 7% und dem regulären Mehrwertsteuersatz von 19% wählen.

Steuersätze importieren und exportieren

Gerade in umfangreichen Multishop-Projekten mit vielen verschiedenen Steuersätzen kann es sinnvoller sein, die Steuersätze in einem externen Tabellenkalkulationsprogramm wie OpenOffice Calc oder Microsoft Excel zu verwalten, die Daten im CSV-Format zu speichern und diese dann in Magento zu importieren.

Um diese Funktion zu nutzen, navigieren Sie zum Bereich *Verkäufe* → *Steuern* → *Steuersätze exportieren*, und Sie sehen eine zweigeteilte Eingabemaske, mit deren Hilfe Sie CSV-Dateien importieren und exportieren können (Abbildung 4-24).

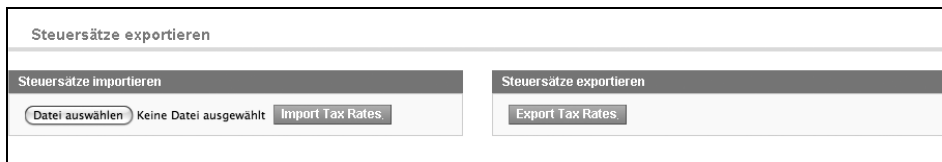


Abbildung 4-24: Import- und Exportmöglichkeit für Steuersätze

Klicken Sie zunächst auf *Export Tax Rates*, um alle bereits vorhandenen Sätze herunterzuladen und damit gleichzeitig eine Vorlage für alle weiteren Datensätze zu haben. Fügen Sie dieser CSV-Vorlage in Ihrem externen Programm beliebig viele Steuersätze hinzu, wobei Sie für jeden Steuersatz eine neue Zeile verwenden. Ist diese Arbeit beendet, lässt sich die bearbeitete Datei über die Importfunktion von Magento importieren. Navigieren Sie dazu mithilfe des *Durchsuchen*-Buttons zu der Stelle auf der Festplatte, an der die CSV-Datei abgespeichert ist, und laden Sie diese anschließend über die Schaltfläche *Import Tax Rates* auf den Server. Alle bestehenden Steuersätze werden dabei aktualisiert bzw. entfernt.

Steuerregeln verwalten

In den vorherigen Abschnitten haben Sie sozusagen alle Vorarbeiten für eine gültige Steuerregel erledigt und Steuerklassen sowie -sätze angelegt. Im letzten Schritt fügen Sie diese Bestandteile zusammen und legen eine neue Steuerregel unter *Verkäufe* → *Steuern* → *Steuerregeln verwalten* an. Dies ist die Voraussetzung, um im Webkochshop Töpfe, Bestecke & Co. anbieten zu können.

In der Übersichtstabelle werden alle in der Datenbank vorhandenen Steuerregeln aufgelistet; auch bei einer Installation ohne Beispieldaten ist hier der US-amerikanische Steuersatz *Retail-Customer-Taxable-Goods-Rate-1* vorhanden, den Sie zunächst einmal ignorieren. Fügen Sie jetzt eine neue Steuerregel über *Neue Steuerregel anlegen* hinzu und füllen Sie die nun erscheinende Eingabemaske mit den folgenden Werten. Sie werden

erkennen, dass viele Eingaben, die Sie in den vergangenen Abschnitten getätigt haben, hier wieder erscheinen. Das ist auch der Grund dafür, dass wir uns im Navigationsmenü von unten nach oben vorgearbeitet haben.

Name

Am Anfang steht der Name, so auch hier. Tragen Sie hier den Namen der Steuerregel ein: *19% MwSt.*

Kundensteuerklasse

In diesem Eingabefeld werden alle Kundensteuerklassen aufgelistet, die im System gespeichert sind – natürlich auch *Endkunden*, die Sie vor Kurzem angelegt haben. Wählen Sie hier genau diese Gruppe aus. Sollte es einmal erforderlich sein, eine Steuerregel auf mehrere Kundengruppen gleichzeitig zu beziehen, können in diesem Eingabefeld durch Halten der Strg-Taste auch mehrere Einträge gleichzeitig ausgewählt werden.

Produktsteuerklasse

Analog zu den Kundensteuerklassen lassen sich hier eine oder mehrere Produktsteuerklassen zuweisen. Aktivieren Sie den Eintrag *vollbesteuerte Waren*. Falls nötig, können Sie auch hier mehrere Einträge gleichzeitig aktivieren.

Steuersatz

Alle Steuersätze, die bisher im System gespeichert worden sind, tauchen in diesem Eingabefeld auf. Klicken Sie auf *MwSt. 19%*.

Priorität

Diese Option wird dann interessant, wenn Sie einen Shop betreiben, in dem es mehrere Steuersätze gibt, und betrifft vor allem die Darstellung der Steuern im Warenkorb und im Bestellprozess. Wie es auch schon in der Erläuterung rechts neben dem Eingabefeld vermerkt ist, werden Steuerregeln mit derselben Priorität addiert, Steuerregeln unterschiedlicher Priorität werden zusammengesetzt. Setzen Sie in diesem Beispiel den Wert auf *1*.

Reihenfolge

Wenn die Steuersätze aufgrund der Prioritätseinstellung zusammengesetzt angezeigt werden, lässt sich mit diesem Sortierparameter die Reihenfolge einstellen. Tragen Sie hier ebenfalls eine *1* ein.

Raten Sie mal, was jetzt kommt? Richtig, das Abspeichern der neuen Steuerregel über *Regel speichern*. Nach dem Abspeichern ist die neue Regel im Shop aktiviert und mit der Produktsteuerklasse verknüpft.

Sie haben in diesem Abschnitt gesehen, wie Sie Magentos Steuerregeln so verwenden, dass Sie die beiden Steuersätze, die für den Webkochshop wichtig sind, in der Datenbank hinterlegen.

Anzeige der Steuern im Webkochshop

In den vorherigen Abschnitten haben Sie bereits verschiedene Steuerregeln und -sätze angelegt. In diesem Abschnitt geht es nun darum, zu bestimmen, wie genau die Steuer im Webkochshop ausgewiesen werden soll. Schauen Sie sich unter *System* → *Konfiguration* die beiden folgenden Abschnitte *Berechnung* und *Standard Ursprung Steuerberechnung* im Menüpunkt *Steuern* der Gruppe *Verkäufe* einmal genauer an. Die folgenden Einstellungen sind mit die wichtigsten, die Sie für Ihren Shop tätigen müssen. Das klingt nach einer Menge Verantwortung, aber gemeinsam werden wir diesen Teil schon durchstehen. Beginnen wir mit der Anpassung von *Berechnung*.

Steuer basiert auf

An dieser Stelle bestimmen Sie, auf welcher Basis die Steuern im Webkochshop berechnet werden sollen. Gilt die *Versandadresse*, die *Rechnungsadresse* oder der *Versandursprung*? Die Lösung ist so einfach wie einleuchtend: Für die Berechnung des korrekten (Mehrwertsteuer-) Satzes gilt der Versandursprung des Webkochshops, also die Postadresse Ihres Geschäfts. Die Adressen, die der Kunde bei seiner Bestellung eingibt – sei es nun die Versand- oder die Rechnungsadresse –, spielen für die Steuerberechnung in unserem Fall keine Rolle.

Katalogpreise enthalten Steuern

Mit diesem Schalter teilen Sie dem System mit, ob die Preise, die Sie in der Produktverwaltung hinterlegen (siehe Kapitel 6, *Den Produktkatalog aufbauen*), Netto- oder Bruttopreise sind. Aus verschiedenen Gründen ist es sinnvoller, Preise ohne Steuern einzutragen, wählen Sie deswegen im Drop-down-Menü den Wert *Nein* aus.

Versandkosten enthalten Steuern

Ihr Leben als Shopbetreiber und international renommierter Verkäufer von professionellem Kochzubehör aller Art ist schon kompliziert genug, also sollten Sie nicht auch noch über Brutto- oder Nettopreise der Versandkosten nachdenken müssen. Setzen Sie dieses Menü ebenfalls auf *Nein*.

Steuer nach Rabatt berechnen

Eine der vielen Stärken von Magento ist es, auf einfache Weise Rabattaktionen durchzuführen, mit denen Sie Ihre Kunden in den Genuss von einmaligen Sonderpreisen kommen lassen können. In diesem Auswahlmenü stellt sich die Frage, ob beispielsweise ein Rabatt von 5% vom Brutto- oder vom Nettopreis abgezogen wird. Der Einfachheit halber gewähren Sie im Webkochshop einen Rabatt auf den Bruttopreis (den die Kunden beim jeweiligen Produkt auch angezeigt bekommen) und wählen demzufolge im Menü *Nein* aus. Die Steuer wird dann vor dem Rabatt berechnet.

Rabatt auf Preise inklusive Steuern anwenden

Die Einstellungen in diesem Menü sind nur relevant, wenn Sie im vorherigen Punkt *Ja* ausgewählt haben.

Steuer anwenden auf

An dieser Stelle bestimmen Sie, ob die Steuer auf den *Originalpreis* eines Produkts oder auf den eventuell vorhandenen *Individuellen Preis* erhoben wird. In diesem Zusammenhang bezeichnet *Originalpreis* den nicht rabattierten Preis und *Individu- alpreis* den reduzierten Preis, der durch Rabatte, Staffelpreise usw. zustande gekom- men ist. Idealerweise wählen Sie für den Webkochshop die *Individueller Preis-* Option aus, weil das eher der Erwartung des Kunden entspricht.

In diesem Abschnitt haben Sie bezüglich der Anzeige der Steuern im Webkochshop bereits wichtige Weichen gestellt, beispielsweise dass die Steuerberechnung auf dem Ver- sandursprung basieren soll. Nun wäre es ja sinnvoll, diesen Ursprung einmal genauer zu definieren, nicht wahr? Genau dies tun Sie in der folgenden Eingabemaske *Standard Ursprung Steuerberechnung* (Abbildung 4-25).



Standard Ursprung Steuerberechnung	
Standard Land	Deutschland
Standard Bundesland	*
Standard PLZ	52070

Abbildung 4-25: Versandursprung zur korrekten Steuerberechnung eintragen

Bei *Standard Land* bestimmen Sie das Land, aus dem der Versand stattfinden soll, tragen Sie also Deutschland, Österreich oder die Schweiz an, gerade so, wie es bei Ihnen passt. Bei *Standard Bundesland* wählen Sie aus dem Drop-down-Menü das Bundesland aus, aus dem der Versand stattfinden soll. (Es macht für die Berechnung der Versandkosten zwar überhaupt keinen Unterschied, ob Sie einen Kochtopf aus Bayern oder Berlin verwenden, da aber Magento alle Steuerberechnungen weltweit unterstützen soll, ist diese Funktion hier hinterlegt.) Als Letztes verwenden Sie bei *Standard PLZ* Ihre eigene Postleitzahl, um damit den genauen Versandursprung festzulegen.

Im letzten Abschnitt des Menüpunkts *Steuern*, den wir Ihnen in diesem Kapitel vorstellen möchten, bestimmen Sie unter anderem, wie die Steuern im Bestellprozess angezeigt werden. Hier bietet Magento mehrere Möglichkeiten, um den jeweiligen Anforderungen gerecht zu werden. Klicken Sie auf die Überschrift *Anzeigen*, um die folgenden Einstel- lungen vornehmen zu können (Abbildung 4-26).

Warenkorb-/Bestellpreise anzeigen

Ganz unabhängig davon, ob Sie die Preise in der Produktverwaltung mit oder ohne Steueraufschlag eintragen, wird hier eingestellt, wie die Produktpreise im Bestellpro- zess des Webkochshops dargestellt werden sollen. Für das Betreiben eines Online- shops ist es obligatorisch, Endkundenpreise anzuzeigen, wählen Sie also hier in jedem Fall die Option *Inklusive Steuern* aus.

Anzeigen	
Warenkorb-/Bestellpreise anzeigen	Inklusive Steuern
Steuern vollständig anzeigen	Ja
Versandkosten anzeigen	Inklusive Steuern
Produktpreise anzeigen	Inklusive Steuern
Steuerzwischensumme auch anzeigen, wenn 0,00	Nein

Abbildung 4-26: Wie sollen die Steuern im Warenkorb dargestellt werden?

Steuern vollständig anzeigen

Im Warenkorb, in dem alle Preise der ausgewählten Produkte addiert werden, kann Magento auf Wunsch auch eine Gesamtsumme der Steuern anzeigen. Für den deutschen Markt muss dies geschehen, entscheiden Sie sich also für die Option *Ja*.

Versandkosten anzeigen

Weiter oben haben Sie bereits festgelegt, dass die Versandkosten keine Steuern enthalten sollen. Aus diesem Grund wählen Sie in diesem Drop-down-Menü den Wert *Inklusive Steuern* aus.

Produktpreise anzeigen

Analog zu den Preisen im Bestellprozess sollen auch an allen anderen Stellen im Webkochenhop die Endkundenpreise inklusive Mehrwertsteuer dargestellt werden. Die richtige Einstellung für dieses Drop-down-Menü ist demnach *Inklusive Steuern*.

Steuerzwischensumme auch anzeigen, wenn 0,00

Diese Option ist eigentlich nur für den Fall interessant, dass der Warenkorb den Wert *0* anzeigt. Ist dies der Fall (wenn Sie einen sehr guten Tag haben und Ihren Kunden beispielsweise Gratisprodukte anbieten), ist damit auch die Summe der Mehrwertsteuerbeträge *0*. Wählen Sie die Option *Ja*, wird der Steuerbetrag von *0 Euro* trotzdem angezeigt. Dies ergibt jedoch wenig Sinn, setzen Sie daher das Menü auf *Nein*.

Mit diesen Einstellungen ist die Steuerkonfigurationsarbeit nun erledigt – herzlichen Glückwunsch!



Um die Preise im Frontend inklusive Steuern anzuzeigen, müssen die neuen Steuerregeln den jeweiligen Kundengruppen zugeordnet werden (siehe Seite 185).

Die Währung einrichten

Die Einstellungen rund um die Währung, in der Preise im Webkochshop angezeigt werden, finden sich im Abschnitt *Wahrungsoptionen* des Menüpunkts *Einrichten der Währung* in der Gruppe *Allgemein* (Abbildung 4-27). Hier haben Sie die Möglichkeit, für die unterschiedlichen Länder, die Sie mit Ihrem Onlineangebot ansprechen, die entsprechenden Währungen anzuzeigen.

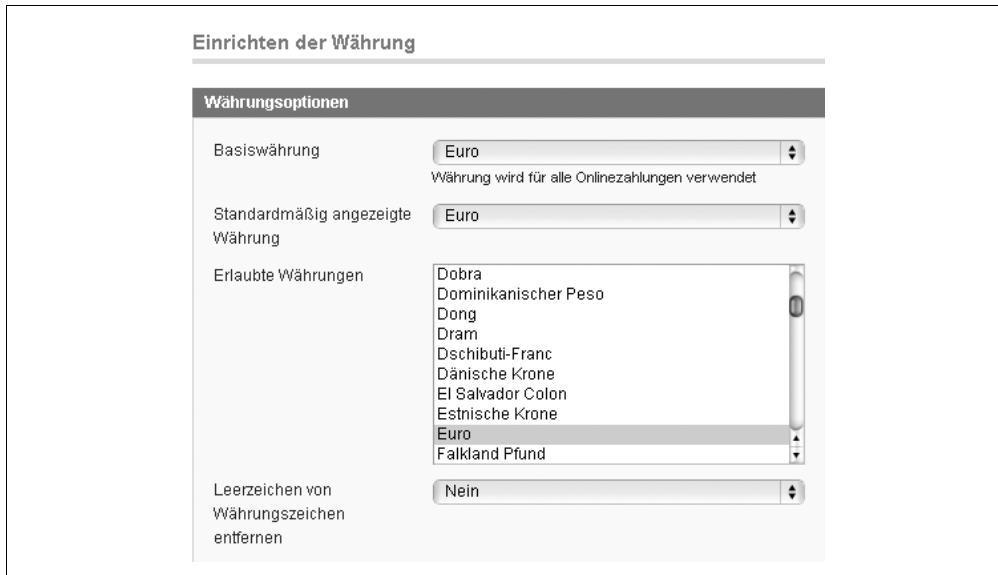


Abbildung 4-27: Wahrungseinstellungen

Da der Webkochshop seinen Sitz in Deutschland hat und diese Währung auch für sämtliche Onlinezahlungen verwendet werden soll, wird der Euro als Basiswährung festgelegt. Auch die gesamten Preise in Kapitel 6 werden Sie in dieser Währung eintragen. Möchten Sie mehrere Währungen in einem Shop anbieten – in Kapitel 9 werden wir den Webkochshop für den Verkauf in britischen Pfund vorbereiten –, tragen Sie bei *Standardmäßig angezeigte Währung* diejenige ein, die zu Beginn angezeigt werden soll. Auch hier sollten Sie sinnvollerweise *Euro* aus dem Drop-down-Menü auswählen. Im Menü *Erlaubte Währungen* sind nun alle Währungen versammelt, die es zurzeit auf der Welt gibt. Mit gedruckter Strg-Taste (*Apfel*-Taste auf dem Mac) können Sie hier die gewünschten Währungen auswählen. Da wir uns zunächst nur auf eine Währung konzentrieren möchten, aktivieren Sie an dieser Stelle wiederum nur den guten alten Euro.

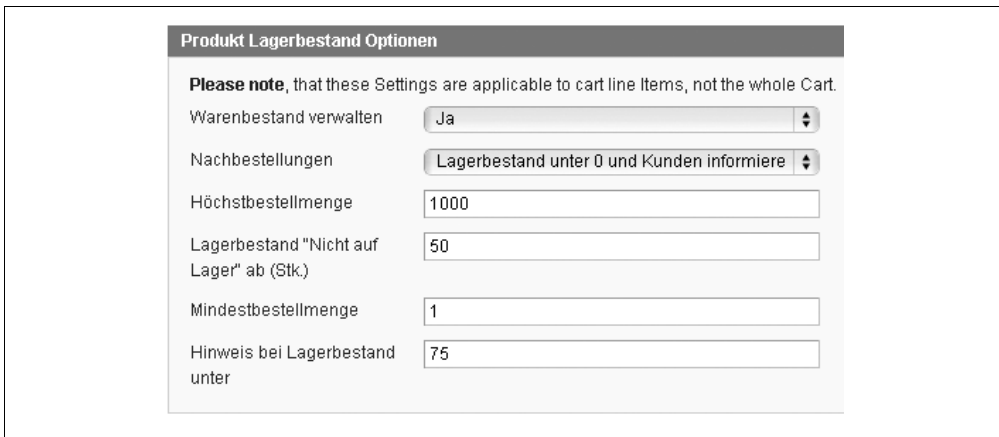
Im letzten Auswahlmenü dieses Abschnitts *Leerzeichen von Wahrungszeichen entfernen* entscheiden Sie, ob zwischen dem Wahrungszeichen, also beispielsweise €, und dem eigentlichen Betrag ein Leerzeichen erscheinen soll oder nicht. Wählen Sie an dieser Stelle *Nein* aus, um das Leerzeichen nicht zu entfernen und so die Anzeige im Webkochshop übersichtlicher zu gestalten.

Nachdem Sie so den Grundstein für die Währungsverwaltung gelegt haben, werfen wir in der Konfiguration des Katalogs als Nächstes gemeinsam einen Blick auf die Lagerverwaltung.

Mit der Lagerverwaltung den Überblick behalten

Magento hat die Fähigkeit, Lagerbestände auf einfache Weise zu verwalten. Tragen Sie bei der Produktpflege den aktuellen Lagerbestand ein, reduziert Magento diesen automatisch um die Menge, in der die entsprechenden Produkte bestellt worden sind. Um diese Funktionalität im Webkochshop zu verwenden, aktivieren Sie den Abschnitt *Lageroptionen* unter dem Menüpunkt *Lagerverwaltung* in der Gruppe *Katalog*.

Wird eine Bestellung vom Kunden oder von Ihnen storniert und werden demzufolge die bestellten Produkte nicht ausgeliefert, kann ihre Anzahl dem Lager wieder gutgeschrieben werden. Um dies zu aktivieren, setzen Sie das Drop-down-Menü *Artikelstatus auf verfügbar setzen, wenn Bestellung storniert wird* auf *Ja*. Ebenfalls logisch ist, dass eine Bestellung in der Menge X dazu führen sollte, dass diese Menge auch aus dem Lager gezogen wird. Aktivieren Sie die Funktion *Lagerbestand nach Bestellung verkleinern* deswegen mit der Eingabe *Ja*. Weitere Konfigurationsmöglichkeiten hinsichtlich der Lagerverwaltung von einzelnen Produkten finden Sie im zweiten Abschnitt *Produkt Lagerbestand Optionen* (Abbildung 4-28).



Produkt Lagerbestand Optionen	
Please note , that these Settings are applicable to cart line Items, not the whole Cart.	
Warenbestand verwalten	Ja
Nachbestellungen	Lagerbestand unter 0 und Kunden informiere
Höchstbestellmenge	1000
Lagerbestand "Nicht auf Lager" ab (Stk.)	50
Mindestbestellmenge	1
Hinweis bei Lagerbestand unter	75

Abbildung 4-28: Produktlagerverwaltung

Warenbestand verwalten

Mithilfe dieses Schalters lässt sich die Lagerverwaltung komplett an- oder ausschalten. Sämtliche Einstellungen, die Sie im vorherigen oder in diesem Abschnitt machen, sind dann wirkungslos. Da Sie im Webkochshop jedoch stets einen Überblick über Ihren Warenbestand haben möchten, schalten Sie die Funktion mit *Ja* ein.

Nachbestellungen

Es kann sicher vorkommen, dass ein Kunde mehr bestellen möchte, als tatsächlich in Ihrem Lager bereitsteht. Magento stellt Ihnen dafür die Möglichkeit zur Verfügung, Nachbestellungen einzusetzen. Hier gibt es drei verschiedene Konfigurationsmöglichkeiten, die Sie über das Drop-down-Menü konfigurieren können:

- **Keine Nachbestellungen:** So schalten Sie diese Funktionalität komplett aus.
- **Lagerbestand unter 0 erlauben:** Kunden können eine höhere Stückzahl bestellen, als im Lager vorhanden ist, werden darüber jedoch nicht informiert.
- **Lagerbestand unter 0 und Kunden informieren:** Zusätzlich werden Ihre Kunden darüber informiert, dass es zu einer Nachbestellung kommen wird.

Wählen Sie in diesem Menü die letzte Option aus.

Höchstbestellmenge

Es wird Sie als Shopbetreiber sicher freuen, wenn jemand 243 Töpfe auf einmal bestellt, aber Hand aufs Herz, so viel Topf braucht (leider) kein Mensch. Um derartige Bestellungen zu verhindern, wurde in Magento die Möglichkeit integriert, eine Höchstbestellmenge festzulegen. Der – sehr ambitionierte – Standardwert ist hier 10000. Legen Sie jedoch eine Menge von 1000 für den Webkochshop fest.

Lagerbestand »Nicht auf Lager« ab (Stk.)

Wenn Sie sich einen Sicherheitspuffer in Ihre Lagerverwaltung einbauen möchten, haben Sie hier die Möglichkeit dazu. Ab der Stückzahl, die Sie hier eintragen, wird bei allen Produkten der Lagerbestand als »Nicht auf Lager« angezeigt. Geben Sie hier beispielsweise den Wert 50 ein, wird Ihr Lager als leer dargestellt, obwohl noch eine Anzahl von 50 Stück vom jeweiligen Artikel dort vorhanden ist.

Mindestbestellmenge

So wie Sie die maximale Bestellmenge für Ihre Produkte festlegen können, können Sie dies auch für die Mindestbestellmenge tun. Tragen Sie hier die Anzahl der Produkte ein, die ein Kunde mindestens in seinem Warenkorb haben muss, um eine Bestellung ausführen zu können. Lassen Sie den Standardwert auf 1, um gerade am Anfang keine Kunden durch einen zu hohen Wert zu vergraulen.

Hinweis bei Lagerbestand unter

In Magento gibt es die Möglichkeit, sich via E-Mail oder RSS-Feed (siehe Seite 300) warnen zu lassen, wenn die Artikelmenge im Lager unter einen bestimmten Wert sinkt. Tragen Sie hier den Wert 75 ein.

Sie haben nun die allgemeinen Einstellungen vornehmen können, der Webkochshop hat dadurch schon deutlich an Charakter gewonnen. In den letzten beiden Konfigurationsschritten passen Sie die Versandart und die Zahlungsmöglichkeit auf Ihre Bedürfnisse an.

Eine Versandart festlegen

Im Crashkurs in Kapitel 3 haben Sie bereits gesehen, wie Sie eine Versandart verändern bzw. aktivieren und deaktivieren können. In diesem Bereich gehen wir auf diesen wichtigen Punkt noch genauer ein.

Die sinnvolle Konfiguration der Versandarten ist ein weiterer essenzieller Bestandteil eines guten Onlineshops. Selbst wenn Sie es geschafft haben, dem Kunden durch einen gut gestalteten und sinnvoll strukturierten Shop einen Kauf schmackhaft zu machen und er sich genüsslich durch Ihr Angebot klickt, können Sie mit nicht transparenten oder schlichtweg zu hohen Versandkosten mit einem Schlag alles zunichte machen. Aus diesem Grund demonstrieren wir im Folgenden am Beispiel der *Festkosten* (*System* → *Konfiguration* → *Versandarten*), wie man eine Versandart für den Webkochshop sinnvoll einstellt.

Aktiviert

Dies ist ein weiterer dieser Magento-Schalter, die Ihnen bei der Lektüre dieses Buchs noch öfter begegnen werden. Wählen Sie mithilfe des Drop-down-Menüs *Ja* aus, um diese Versandart im Webkochshop zu aktivieren.

Titel

Hier legen Sie den Titel fest, der im Bestellprozess des Webkochshops für die Versandart *Festkosten* dargestellt wird. Tragen Sie hier *Pauschale Versandkosten* ein.

Name der Versandart

Dieser wird gemeinsam mit dem Titel im Bestellprozess angezeigt. Geben Sie das Wort *Pauschal* in dieses Eingabefeld ein.

Typ

Im Hinblick auf die Berechnung der Versandkosten ist jedes Magento-Versandmodul sehr flexibel, was man auch an dieser Stelle merkt. Mittels dieses Drop-down-Menüs legen Sie fest, ob die Versandkosten pro Artikel oder pro Bestellung berechnet werden. Legen Sie Versandkosten *pro Bestellung* fest, da sonst die Versandkosten schnell überhand nehmen könnten, was den Webkochshop längerfristig sicherlich nicht zu einem Verkaufschampion machen würde.

Preis

Ein Eingabefeld, dessen Bedeutung wohl auf der Hand liegt: Bringen Sie hier den Preis unter (auch Dezimalwerte sind kein Problem), der für diese Versandart gelten soll. Ein Wert, mit dem Sie gut arbeiten können, ist *4,90*.

Bearbeitungsgebühr berechnen

Dieses Menü können Sie getrost überspringen, weil im Webkochshop keine weiteren Gebühren für die *Pauschalen Versandkosten* erhoben werden sollen.

Bearbeitungsgebühr

Sie haben es geahnt: Da wir keine Bearbeitungsgebühr berechnen möchten, bleibt dieses Eingabefeld komplett leer.

Angezeigte Fehlermeldung

Wenn aus irgendeinem Grund eine Versandart nicht verfügbar sein sollte, wird im Shop eine entsprechende Fehlermeldung angezeigt, deren Text Sie hier eintragen können. Standardmäßig ist im Eingabefeld ein englischer Text enthalten, den Sie aber durch Folgendes ersetzen: *Diese Versandart ist leider zurzeit nicht verfügbar. Falls Sie sie doch verwenden möchten, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.*

Versand in mögliche Länder

Auf Seite 67 haben Sie bereits eingestellt, in welche Länder Sie versenden möchten. An dieser Stelle können Sie nun einrichten, in welchen Ländern die pauschalen Versandkosten gelten sollen. Stellen Sie das Menü hier auf *Alle erlaubten Länder* ein.

Versand in bestimmte Länder

Dieses Mehrfachauswahlfeld ist nur dann von Bedeutung, wenn Sie ein oder mehrere Länder vom Versand mit dieser Methode ausschließen möchten.

Reihenfolge

Wenn mehrere Versandarten im Shop vorhanden sind, bestimmen Sie mit diesem Sortierparameter, in welcher Reihenfolge dies geschieht. Die pauschalen Versandkosten sollen ganz oben erscheinen, vergeben Sie daher hier die Ziffer 0.

Eine neue Zahlungsmöglichkeit konfigurieren

Sie haben es fast geschafft: Jetzt müssen Sie nur noch eine Zahlungsmöglichkeit konfigurieren, und schon ist die Konfiguration des Webkochshops abgeschlossen. Da Sie im Crashkurs in Kapitel 3 schon ein wenig in die Bearbeitung einer Zahlungsmöglichkeit hineingeschnuppert haben, dürfte dies jetzt nicht mehr problematisch sein.

Wie Sie auf Seite 93 gesehen haben, ist eine sinnvolle Konfiguration der Versandarten ein entscheidender Faktor für Ihren Verkaufserfolg. Ebenso wichtig ist die Auswahl der Zahlungsmöglichkeiten (*System* → *Konfiguration* → *Zahlungsmöglichkeiten*). Je mehr verschiedene Möglichkeiten Sie im Webkochshop anbieten und je transparenter Sie darstellen, wie genau die Bezahlung der bestellten Produkte abläuft, desto erfolgversprechender. Als Beispiel sehen wir uns dazu gemeinsam das Modul *Scheck/Zahlungsanweisung* an.

Aktiviert

Aktivieren Sie diese Zahlungsmöglichkeit mit der Auswahl *Ja*.

Titel

Dieser Titel wird im Bestellprozess angezeigt. Verwenden Sie für unser Beispiel *Vorkasse*.

Neuer Bestellstatus

Ist eine Bestellung mit dieser Zahlungsmöglichkeit erfolgreich durchgeführt worden, wird die Bestellung mit einem bestimmten Status versehen. Übernehmen Sie hier die Einstellung *Ausstehend*.

Zahlung aus zugelassenen Ländern

Analog zur Konfiguration der Versandkosten (siehe Seite 93) lassen sich an dieser Stelle Länder für diese Zahlungsmöglichkeit ausschließen. Von dieser Möglichkeit möchten wir im Webkochshop jedoch keinen Gebrauch machen, deshalb stellen Sie hier ebenfalls *Alle erlaubten Länder* ein.

Zahlung aus bestimmten Ländern

Möchten Sie bestimmte Länder ausschließen, können Sie diese hier auswählen. Die Auswahl im vorherigen Punkt sorgt aber dafür, dass alle Länder ausgegraut sind und daher keine ausgewählt werden können.

Scheck ausstellen auf

Dieses Feld ist vorgesehen für weitere Informationen zur aktuellen Zahlungsmöglichkeit. Tragen Sie hier eine beliebige Bankverbindung bestehend aus Kontoinhaber, Name der Bank, Kontonummer und Bankleitzahl ein.

Scheck senden an

Lassen Sie das Eingabefeld leer, da wir vom Versand von Schecks keinen Gebrauch machen wollen.

Mindestbestellwert für Gesamtbestellung

Eine Besonderheit hält Magento hier noch für Sie bereit: Bei jedem Versandmodul können Sie hinterlegen, wie hoch der Warenkorbwert mindestens sein soll, damit die Zahlungsart verfügbar wird. Im Webkochshop wollen wir die Vorkasse in jedem Fall anbieten, lassen Sie dieses Feld also leer.

Höchstwert für Gesamtbestellung

Analog zum Mindestbestellwert lässt sich hier ein Maximalbestellwert eintragen. Diese Funktion wird jedoch nicht benötigt, tragen Sie also nichts in dieses Eingabefeld ein.

Reihenfolge

Last, but not least legen Sie hier fest, wie die Zahlungsmöglichkeiten sortiert werden sollen. Mit dem Sortierparameter *0* legen Sie fest, dass die Vorkasse als Erstes angezeigt wird.

Voilà, damit haben Sie den grundlegenden Aufbau von Magento und seine Einteilung in die Geltungsbereiche Website, Store und StoreView kennengelernt und an den wichtigsten Stellschrauben für den Webkochshop gedreht. Die allgemeinen Einstellungen zum Shop haben Sie konfiguriert, beispielsweise die diversen Kontakt- und E-Mail-Möglichkeiten sowie den Aufbau der Produktdarstellung und des Bestellprozesses. Außerdem haben Sie tapfer durchgehalten und Magentos umfangreiches Steuerberechnungssystem zum Verkauf Ihrer Produkte so angepasst, dass sowohl alle Steuern automatisch und korrekt berechnet als auch in der von Ihnen gewünschten Weise dargestellt werden.

Im nächsten Kapitel gehen Sie einen Schritt weiter und lernen, wie Sie den Stern unter den neuen Webshops fit für den deutschen Markt machen.