

QUBIX CONSULTING GMBH

Qubix One-Page-Checkout

Handbuch: Alle Funktionen einrichten & verwalten — Schritt für Schritt

Plugin-Version 1.2.0 · Shopware 6.7 · Stand: 9. Juli 2026

Für wen ist dieses Handbuch?

Für Shop-Betreiber ohne technische Vorkenntnisse. Jede Funktion wird mit dem genauen Klickweg beschrieben. Alles spielt sich in der Shopware-Administration ab (die Verwaltungsoberfläche, die du unter `deinshop.de/admin` erreichst) — du musst keinen Code anfassen.

Inhalt

- 1 Überblick: Was kann das Plugin?
- 2 Wo finde ich die Einstellungen?
- 3 Einstellungen pro Verkaufskanal
- 4 Der Checkout aus Kundensicht
- 5 Grundeinstellungen
- 6 Logo & Erscheinungsbild
- 7 Adresse: Straße + Hausnummer
- 8 Adress-Autovervollständigung
- 9 Reservierungs-Timer
- 10 Gratisversand-Fortschrittsbalken
- 11 Cross-Selling im Checkout
- 12 Benefits & Vorteile-Kacheln
- 13 Newsletter-Anmeldung
- 14 Wunschliefersdatum
- 15 Bankverbindung auf der Danke-Seite
- 16 Abgebrochene Warenkörbe zurückholen
- 17 Checkout-Analytics (Auswertung)
- 18 A/B-Tests
- 19 Datenschutz: Textbausteine
- 20 Häufige Fragen

1. Überblick: Was kann das Plugin?

Das Plugin ersetzt den mehrstufigen Shopware-Standard-Checkout durch einen modernen **One-Page-Checkout** im Stil großer Shops: Der Kunde sieht links das Formular und rechts durchgehend seine Bestellübersicht — auf dem Handy übereinander mit aufklappbarer Zusammenfassung. Gäste bestellen in einem einzigen Schritt.

Dazu kommen Umsatz-Bausteine, die du einzeln ein- und ausschalten kannst:

Baustein	Nutzen
Reservierungs-Timer	Sanfter Kaufanreiz („Wir halten deinen Warenkorb frei“)
Gratisversand-Balken	Motiviert, den Warenkorb bis zur Versandkostenfrei-Grenze aufzufüllen
Cross-Selling	Passende Zusatzprodukte direkt im Checkout — ohne Seitenwechsel hinzufügbare
Benefits & Vorteile	Vertrauen: „Darum bei uns bestellen“ + Bild-Kacheln (z. B. Siegel)
Wunschliefersdatum	Kunde wählt Liefertermin; erscheint in deiner Bestellliste
Newsletter-Opt-in	DSGVO-konforme Anmeldung im Checkout (Double-Opt-in)
Abgebrochene Warenkörbe	Automatische Erinnerungs-Mail mit 1-Klick-Wiedereinstieg — der größte Umsatzhebel
Checkout-Analytics	Conversion-Rate, Kaufabbruch-Funnel, Verweildauer — ohne externes Tracking-Tool
A/B-Tests	Teste zwei Varianten deines Checkouts gegeneinander und miss, welche mehr verkauft

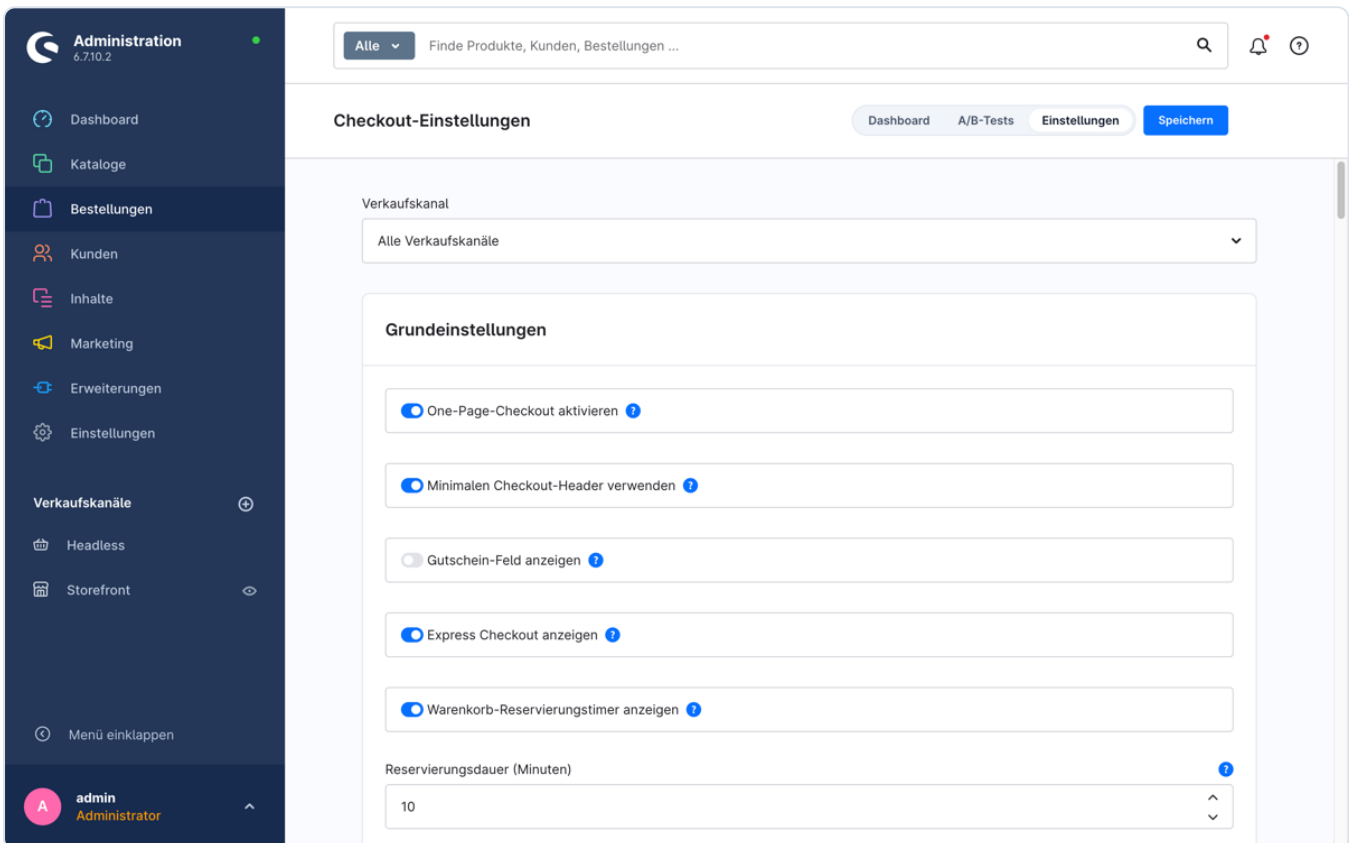
Wichtig zu wissen

Über den Master-Schalter „One-Page-Checkout aktivieren“ kannst du jederzeit auf den Shopware-Standard-Checkout zurückschalten, ohne das Plugin zu deinstallieren. Alle Zahlarten (PayPal inkl. Express, Stripe, Amazon Pay, Vorkasse ...) funktionieren im One-Page-Checkout ganz normal weiter.

2. Wo finde ich die Einstellungen?

Es gibt **zwei Wege zum selben Ziel** — nimm den, der dir lieber ist:

1. **Empfohlen:** Linke Seitenleiste → [Bestellungen](#) → [Checkout-Analytics](#) → oben rechts auf [Einstellungen](#) klicken. Hier hast du alle Karten UND den Verkaufskanal-Umschalter (siehe Kapitel 3).
2. **Klassisch:** [Erweiterungen](#) → [Meine Erweiterungen](#) → beim Eintrag „Qubix One-Page-Checkout“ auf die drei Punkte [...](#) → [Konfiguration](#).



Die Einstellungen im Analytics-Bereich: oben der Verkaufskanal-Umschalter, darunter alle Einstellungs-Karten. Speichern-Knopf oben rechts.

Nach dem Ändern: Speichern nicht vergessen!

Änderungen werden erst wirksam, wenn du oben rechts auf [Speichern](#) klickst. Die Storefront zeigt die Änderung sofort beim nächsten Seitenaufruf.

3. Einstellungen pro Verkaufskanal

Wenn du mehrere Verkaufskanäle betreibst (z. B. einen deutschen und einen internationalen Shop), kannst du jede Einstellung **pro Kanal unterschiedlich** setzen:

1. Öffne die Einstellungen (Kapitel 2, Weg 1).
2. Wähle oben im Feld „**Verkaufskanal**“ statt „Alle Verkaufskanäle“ deinen gewünschten Kanal (z. B. „Storefront“).
3. Die Felder zeigen jetzt die *geerbten* Werte an. Um für diesen Kanal einen eigenen Wert zu setzen, klicke auf das kleine **Ketten-Symbol** neben dem Feld (das löst die Vererbung) — erst dann lässt sich das Feld ändern.
4. Speichern. Der Kanal nutzt jetzt seinen eigenen Wert; alle anderen Kanäle behalten den Standard.
5. Zurück zur Vererbung: Ketten-Symbol erneut klicken.

4. Der Checkout aus Kundensicht

So sieht der Checkout für deine Kunden aus, wenn alles aktiviert ist:

Almost done - we are holding your shopping cart for you for the next 9:35 minutes.

Contact

We need your email address to inform you about your order.

Email address *

We store your email address so we can remind you about an unfinished purchase. See our [privacy policy](#) for details.

Log in

Delivery

Not specified

Mrs.

Mr.

First name*

Last name*

☐ Create a customer account.

Street*

House number*

Postal code*

City*

Country*

Germany

State

Select state...

Privacy

By selecting continue you confirm that you have read our [data protection information](#) and accepted our [general terms and conditions](#).

Shipping method

☒ Standard

1-3 days

Free

☐ Express

1-3 days

Free

Desired delivery date

Optionally choose a desired delivery date. We deliver as early as possible from the selected date.

Choose a date

Earliest possible: 9 Jul 2026

Payment

All transactions are secure and encrypted.

☒ Cash on delivery

Payment upon receipt of goods.

☐ Paid in advance

Pay in advance and get your order afterwards

☐ Invoice

Payment by invoice. Shopware provides automatic invoicing for all customers on orders after the first. This is to avoid defaults on payment.

Billing address

☒ Same as shipping address

☐ Use a different billing address

☐ Yes, I would like to receive the newsletter and be informed about offers.

By placing your order you accept our [Terms and Conditions](#) and [cancellation policy](#).

Complete order

OTC

Right of withdrawal

Payment and shipping information

Privacy

Imprint

All prices incl. VAT plus shipping costs and possible delivery charges, if not stated otherwise.

Only €30.00 away from free shipping!

Main product, free shipping with highlighting

Delivery period: 10/07/2026 - 12/07/2026

€20.00

Enter promo code...

Apply

You might also like

Main product with advanced prices

€750.00

Add

Main product

€495.95

Add

Total

€20.00

Shipping costs

Free

Grand total

€20.00

Net total

€16.81

plus 19% VAT

€3.19

Darum bei uns bestellen:

Kostenloser Versand

Kostenloser Versand auf alle Bestellungen über 50€

Sichere Bezahlung

SSL-verschlüsselter Checkout für Ihre Sicherheit

Einfache Rückgabe

30 Tage unkompliziertes Rückgaberecht

Desktop: links Kontakt, Adresse, Versand, Zahlung — rechts durchgehend die Bestellübersicht mit Gutscheinfeld, Gratisversand-Balken und Cross-Selling. Oben der Reservierungs-Timer.

Demostore


[Show order summary](#)
€20.00*

Almost done - we are holding your shopping cart for you for the next 9:38 minutes.

Contact
[Log in](#)

We need your email address to inform you about your order.

We store your email address so we can remind you about an unfinished purchase. See our privacy policy for details.

Delivery

☐ Create a customer account.

Mobil (Smartphone): Die Bestellübersicht sitzt als aufklappbare Leiste oben („Zusammenfassung anzeigen" mit Gesamtsumme). Darunter folgt das Formular in voller Breite — große Eingabefelder, Anrede als Buttons, alles mit dem Daumen erreichbar.

Der Kunde durchläuft: E-Mail → Adresse → Versandart → Zahlungsart → ggf. Wunschliefersdatum → „Jetzt bestellen". Gäste brauchen kein Konto; wer eines möchte, setzt einen Haken und vergibt ein Passwort.

5. Grundeinstellungen

Einstellung	Was sie bewirkt	Empfehlung
One-Page-Checkout aktivieren	Der Master-Schalter. Aus = Shopware-Standard-Checkout.	An
Minimalen Checkout-Header verwenden	Im Checkout nur Logo + Warenkorb statt der kompletten Shop-Navigation — weniger Ablenkung, mehr Abschlüsse.	An
Gutschein-Feld anzeigen	Code-Eingabe in der Bestellübersicht.	An, wenn du Gutscheine nutzt
Express Checkout anzeigen	Reserviert den Bereich über dem Formular für PayPal-Express-/Amazon-Pay-Buttons. Die Buttons erscheinen automatisch, sobald das jeweilige Zahlungs-Plugin installiert und Express dort aktiviert ist.	An
Reservierungs-Timer + Dauer	Siehe Kapitel 9.	An, 10 min

Bankverbindung bei folgenden Zahlungsarten	Siehe Kapitel 15.	Vorkasse wählen
---	-------------------	-----------------

6. Logo & Erscheinungsbild

1. **Karte „Logo“:** Lade ein eigenes Checkout-Logo hoch (sonst wird das Shop-Logo genutzt). Höhe und maximale Breite kannst du getrennt für Desktop, Tablet und Handy festlegen.
2. **Dunkler Header:** Schalter „darkHeader“ färbt die Kopfzeile schwarz — dafür gibt es ein zweites Logo-Feld für eine helle Logo-Variante.
3. **Karte „Layout“:** „Primäre Button-Farbe“ bestimmt die Farbe von Buttons und Akzenten (leer = Theme-Farbe). „Hintergrundfarbe Bestellübersicht“ färbt die rechte Spalte (Standard: helles Grau).
4. **Karte „Zahlungssicons“:** Minimal-/Maximalgrößen der Zahlarten-Logos in der Auswahl.
5. **Karte „Formular“:** Optionaler Hinweistext unter dem Geburtsdatum (z. B. „Für die Altersprüfung benötigt“).

7. Adresse: Straße + Hausnummer getrennt

Standardmäßig fragt das Plugin Straße und Hausnummer in **zwei getrennten Feldern** ab — das reduziert Tippfehler und vergessene Hausnummern. Gespeichert wird trotzdem das normale Shopware-Straßenfeld („Musterweg 12“), sodass alle Exporte, Versandschnittstellen und Rechnungen wie gewohnt funktionieren.

Karte „Adresse (Straße/Hausnummer)“:

- **Straße und Hausnummer als getrennte Felder** — kann auf „aus“ gestellt werden, wenn du das einteilige Standardfeld bevorzugst.
- **Hausnummer als Pflichtfeld** — für Länder ohne Hausnummern (Irland, ländliches Großbritannien) ausschaltbar; das Feld bleibt sichtbar, ist dann aber optional.

8. Adress-Autovervollständigung

Schlägt beim Tippen der Straße vollständige Adressen vor und füllt PLZ + Stadt automatisch — weniger Tipparbeit, weniger Fehler. Du brauchst ein Konto bei einem der Anbieter:

1. Konto anlegen bei **Geoapify** (einfacher, kostenloses Kontingent) oder **Google Places** und dort einen API-Schlüssel erzeugen.
2. **Wichtig (Sicherheit):** Beschränke den Schlüssel beim Anbieter auf deine Shop-Domain („HTTP-Referrer-Beschränkung“), da er im Browser sichtbar ist.
3. Karte **„Adress-Autovervollständigung“:** Anbieter wählen und den Schlüssel ins Feld „API-Key“ einfügen → Speichern.

9. Reservierungs-Timer

Zeigt oben im Checkout einen Countdown: „*Fast geschafft – Wir halten deinen Warenkorb für die nächsten 10:00 Minuten für dich frei.*“ Läuft er ab, erscheint der ehrliche Hinweis, dass die Artikel im Warenkorb bleiben.

1. Grundeinstellungen → „**Warenkorb-Reservierungstimer anzeigen**“ einschalten.
2. „**Reservierungsdauer (Minuten)**“ festlegen (1–120, Standard 10).

Hinweis

Der Timer ist ein Kaufanreiz — es findet keine echte Lagerbestand-Reservierung statt. Das ist eine bewusste Produktentscheidung, damit dein Bestand nie blockiert wird.

10. Gratisversand-Fortschrittsbalken

Zeigt in der Bestellübersicht z. B. „*Nur noch 30,00 € bis zum Gratisversand!*“ mit Fortschrittsbalken — motiviert nachweislich zu größeren Warenkörben.

1. Karte „**Gratisversand**“ → Schalter einschalten.
2. **Schwellwert** eintragen — derselbe Betrag, ab dem deine Versandkosten-Regeln kostenlosen Versand gewähren (Einstellungen → Shop → Versand). Beide Werte musst du selbst synchron halten.

11. Cross-Selling im Checkout

Zeigt passende Zusatzprodukte („Passt dazu“) direkt im Checkout. Der Kunde legt sie **ohne Seitenwechsel** in den Warenkorb und kann sie genauso einfach wieder entfernen.

1. **Zuerst am Produkt:** **Kataloge** → **Produkte** → Produkt öffnen → Tab **Cross-Selling** → neue Cross-Selling-Gruppe anlegen (Typ „Produktliste“), passende Produkte zuordnen, **aktivieren**. Ohne diese Zuordnung erscheint im Checkout nichts!
2. Dann Karte „**Cross-Selling**“ im Plugin: Position wählen — **rechts** (in der Bestellübersicht, empfohlen), **links** (unter dem Formular) oder **aus**.
3. **Maximale Anzahl** der angezeigten Empfehlungen festlegen (1–12, Standard 4).

Bei Produkten mit Varianten zeigt der Checkout automatisch eine Variantenauswahl. Empfehlungen stammen aus den Zuordnungen aller Produkte im Warenkorb; bereits enthaltene Artikel werden nicht erneut vorgeschlagen.

12. Benefits & Vorteile-Kacheln

Benefits = Textliste mit Icons („Darum bei uns bestellen: ✓ Kostenloser Versand ✓ Sichere Bezahlung ...“):

1. Karte „**Benefits**“ → „Benefits-Sektion anzeigen“ einschalten.
2. Abschnittstitel setzen (Standard: „Darum bei uns bestellen:“).
3. Für bis zu 3 Einträge: je ein Icon (15 zur Auswahl, z. B. LKW, Schild, Herz), eine Überschrift und eine Beschreibung.

Vorteile = bis zu 2 Bild-Kacheln (z. B. Trusted-Shops-Siegel, Versandversprechen): Karte „**Vorteile**“ → Anzahl wählen (0/1/2) und Bilder hochladen.

13. Newsletter-Anmeldung im Checkout

1. Karte „**Newsletter**“ → Schalter einschalten.
2. Fertig — im Checkout erscheint eine **nicht vorausgewählte** Checkbox. Kreuzt der Kunde sie an, erhält er nach der Bestellung eine Bestätigungs-Mail (Double-Opt-in, DSGVO-konform). Erst nach deren Bestätigung ist er angemeldet.

Ein Fehler bei der Newsletter-Anmeldung blockiert **niemals** die Bestellung.

14. Wunschlieferdatum

Der Kunde wählt im Kalender seinen Wunschtermin; du siehst ihn als eigene Spalte (mit Datumsfilter) in der Bestellliste.

1. Karte „**Wunschlieferdatum**“ → „aktivieren“ einschalten.
2. Optional „**Pflichtfeld**“: Dann kann ohne gewähltes Datum nicht bestellt werden (wird auch serverseitig geprüft — nicht austricksbar).
3. **Vorlaufzeit (Tage)**: Wie viele Tage du mindestens brauchst (Standard 0). Zusätzlich pro Produkt übersteuerbar: am Produkt unter [Zusatzfelder](#) → „Lieferung (Qubix Checkout)“ → „Vorlaufzeit (Tage)“ — es gilt automatisch die längste Vorlaufzeit im Warenkorb.
4. **Maximal Tage im Voraus** (Standard 60) und **gesperrte Wochentage** (z. B. Samstag + Sonntag) festlegen.

15. Bankverbindung auf der Danke-Seite

Bei Zahlarten wie Vorkasse braucht der Kunde deine Kontodaten sofort:

1. Hinterlege deine Bankverbindung unter [Einstellungen](#) → [Shop](#) → [Stammdaten](#) (Bereich Bankverbindung).
2. Grundeinstellungen des Plugins → „**Bankverbindung bei folgenden Zahlungsarten anzeigen**“ → z. B. „Vorkasse“ auswählen.
3. Auf der Bestellbestätigungs-Seite erscheinen nun IBAN, BIC und die Bestellnummer als Verwendungszweck.

16. Abgebrochene Warenkörbe zurückholen 🛒

Das Plugin merkt sich die E-Mail-Adresse, **sobald der Kunde sie im Checkout eintippt** (mit Transparenz-Hinweis am Feld). Bricht er ab, bekommt er nach einer einstellbaren Wartezeit automatisch **eine** Erinnerungs-Mail mit einem Wiedereinstiegs-Link: Ein Klick stellt seinen Warenkorb wieder her — sogar auf einem anderen Gerät — und führt direkt in den Checkout, E-Mail-Feld bereits ausgefüllt.

Einrichtung in 3 Schritten (einmalig, ca. 15 Minuten)

Schritt A — E-Mail-Vorlage anlegen:

1. [Einstellungen](#) → [Shop](#) → [E-Mail-Templates](#) → [E-Mail-Template erstellen](#), beliebigen Typ wählen (z. B. „Kontaktformular“).
2. Betreff z. B.: `Dein Warenkorb wartet auf dich!`, Absendername: dein Shopname.
3. In den **HTML-Inhalt** diese Vorlage einfügen (frei anpassbar):

```
<p>Hallo {{ firstName }},</p>
<p>du hast Artikel in deinem Warenkorb gelassen:</p>
<ul>
  {% for item in lineItems %}
    <li>{{ item.quantity }}x {{ item.label }} – {{ item.totalPrice }} {{ currencyIsoCode }}</li>
  {% endfor %}
</ul>
<p>Gesamt: {{ totalPrice }} {{ currencyIsoCode }}</p>
<p><a href="{{ recoveryUrl }}">Jetzt Kauf abschließen</a></p>
```

Verfügbare Platzhalter: `{{ recoveryUrl }}` (der Wiedereinstiegs-Link — Pflicht!), `{{ firstName }}`, `{{ email }}`, `{{ totalPrice }}`, `{{ currencyIsoCode }}` und die Artikel-Schleife wie oben. Denselben Text auch in „Plain-Text-Inhalt“ einfügen (ohne HTML-Tags).

Schritt B — Automatisierung im Flow Builder:

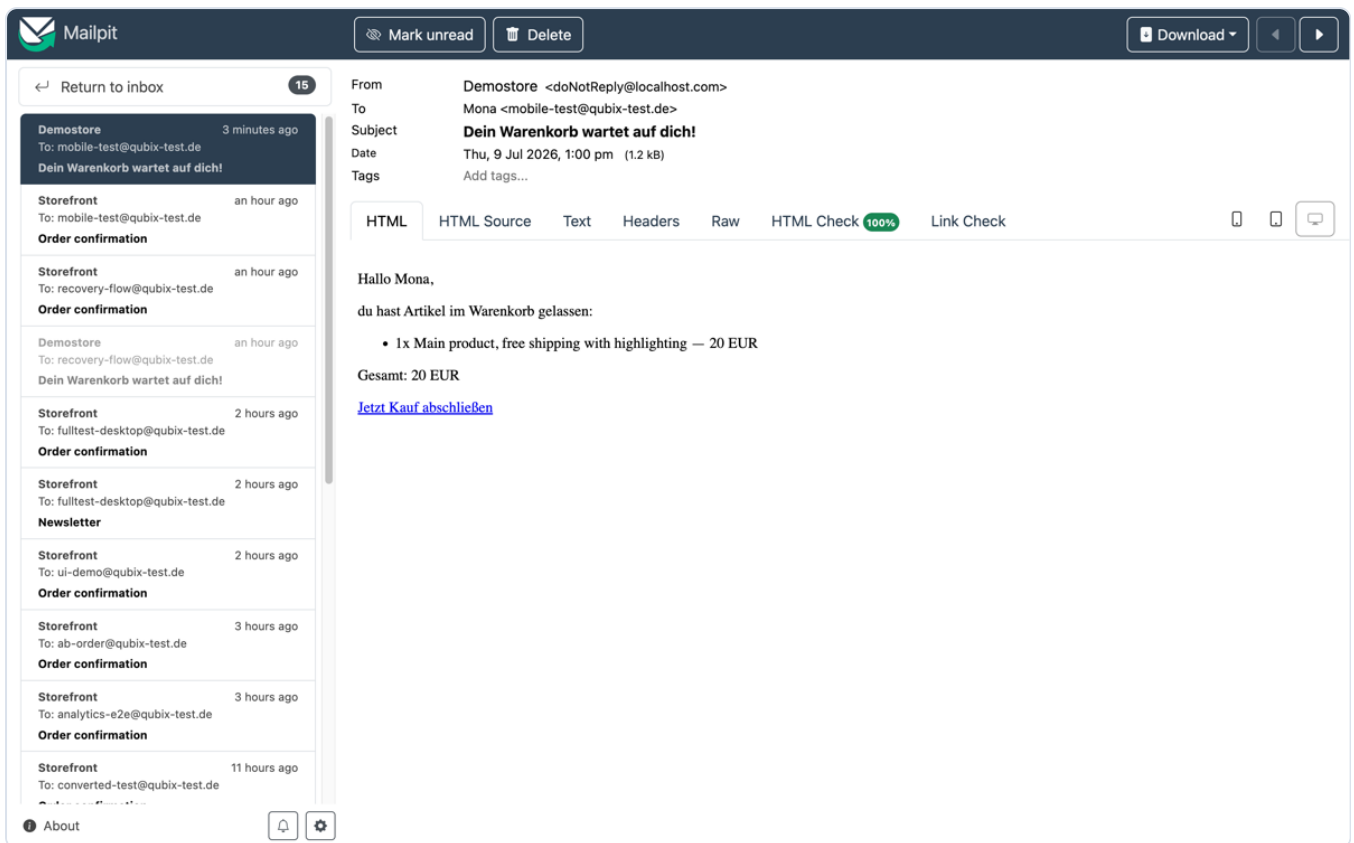
1. [Einstellungen](#) → [Shop](#) → [Flow Builder](#) → [Flow erstellen](#).
2. Name vergeben (z. B. „Warenkorb-Erinnerung“), Haken bei **Aktiv**.
3. Tab „Flow“: Als **Trigger** in der Liste **„qubix / checkout / abandoned“** („Checkout abgebrochen“) auswählen.
4. Aktion hinzufügen: **„E-Mail versenden“** → Empfänger: **„Standard“** (nimmt automatisch die erfasste Kunden-Adresse) → dein Template aus Schritt A auswählen → Speichern.

The screenshot shows the Administration interface (version 6.7.10.2) with a sidebar menu on the left containing options like Dashboard, Kataloge, Bestellungen, Kunden, Inhalte, Marketing, Erweiterungen, and Einstellungen. The main content area is titled 'Abandoned Checkout Erinnerung (Test)' and has a 'Speichern' button. It displays a workflow configuration with two tabs: 'Allgemein' and 'Flow'. The 'Flow' tab is active, showing a sequence of steps: 1. 'Auslöser' (Trigger) with the event 'qubix / Bestellabschluss / aband...'. 2. 'Aktion (DANN)' (Action) with the action 'E-Mail verschicken' (Send email), using the template 'Sso user invitation' and description 'Qubix abandoned checkout reminder (test)'. A dropdown menu 'Aktion auswählen ...' is visible below the action step.

So sieht der fertige Flow aus: Trigger „checkout abandoned“ → Aktion „E-Mail versenden“.

Schritt C — Feature einschalten:

1. Plugin-Einstellungen → Karte „**Abgebrochene Checkouts zurückholen**“ → „Recovery aktivieren“.
2. **Abbruch-Schwelle**: Wie lange der Checkout inaktiv sein muss, bevor die Mail rausgeht (Standard 60 Minuten). Legt der Kunde zwischendurch etwas in den Warenkorb, startet die Uhr neu.
3. **Aufbewahrungsdauer**: Nach dieser Frist werden die erfassten Daten automatisch gelöscht (Standard 30 Tage).

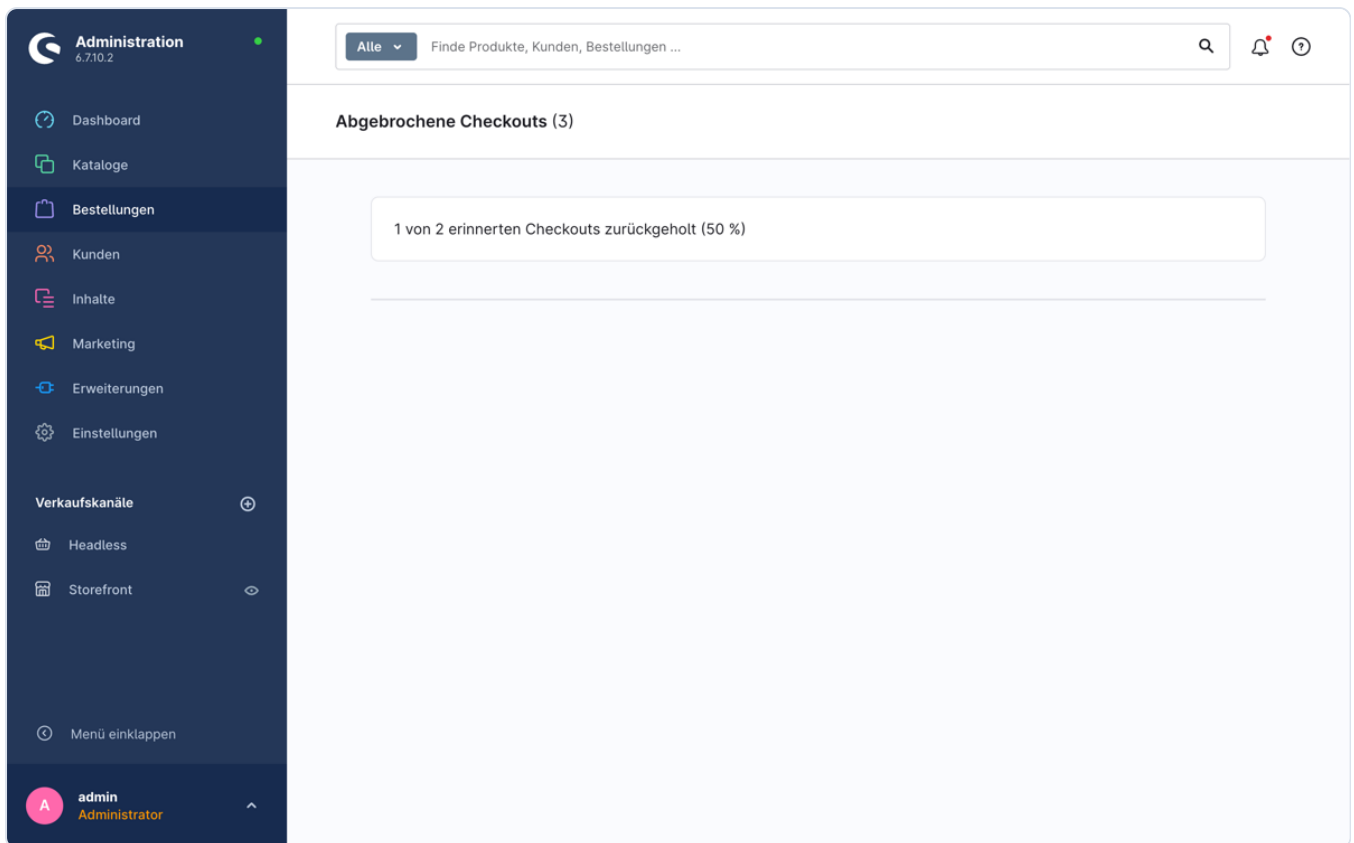


Die fertige Erinnerungs-Mail beim Kunden: Artikel, Summe und der „Jetzt Kauf abschließen“-Link.

Erfolg kontrollieren

Unter **Bestellungen** → **Abgebrochene Checkouts** siehst du jeden erfassten Abbruch mit Status:

Status	Bedeutung
Offen	Erfasst, Warenkorb noch aktiv, noch keine Erinnerung
Erinnert	Erinnerungs-Mail wurde verschickt (max. eine pro Checkout)
Zurückgeholt	♥ Kunde kam über den Mail-Link zurück und hat bestellt
Selbst abgeschlossen	Kunde hat ohne Mail-Link von selbst bestellt
Abgelaufen	Warenkorb existierte nicht mehr, bevor erinnert werden konnte



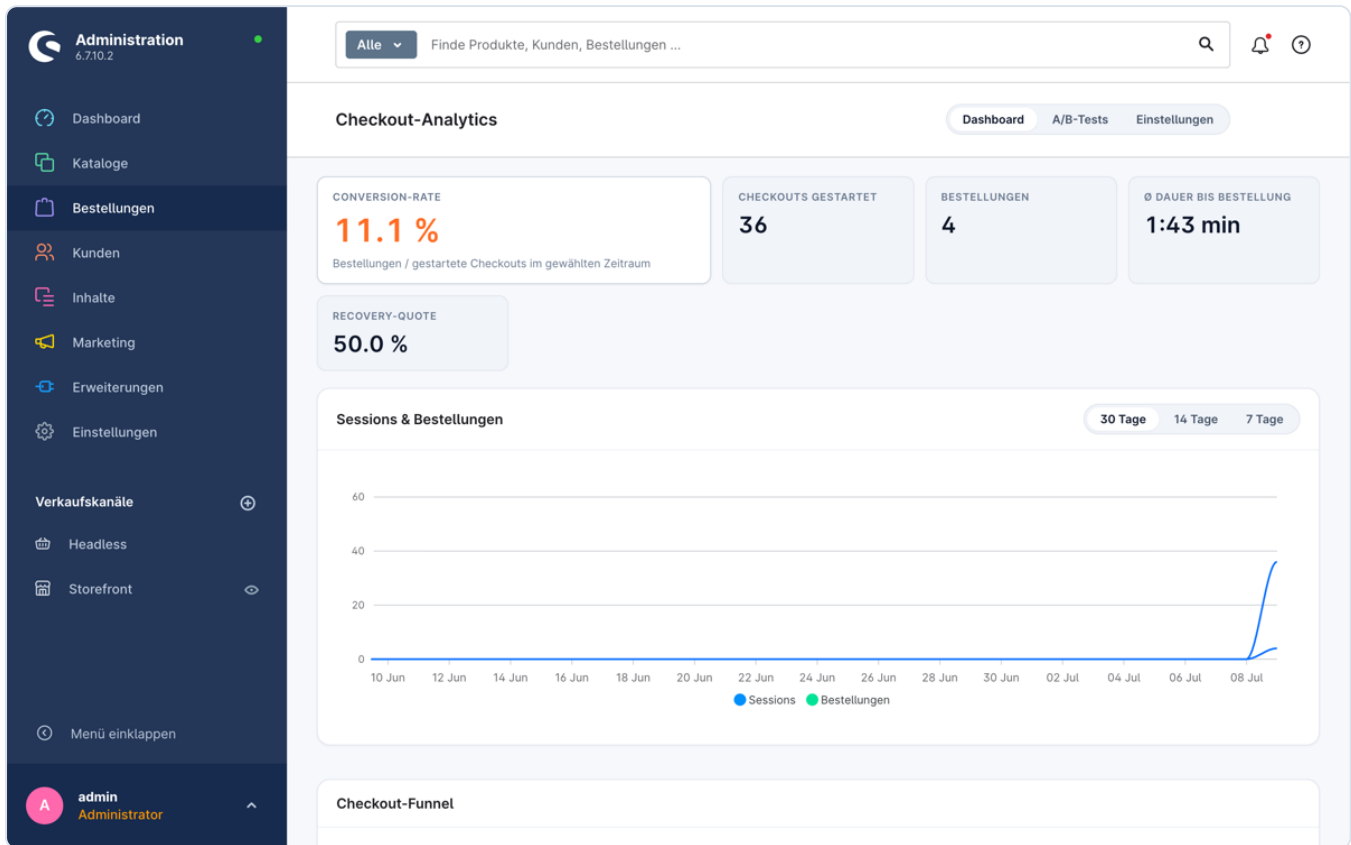
Die Übersicht mit Recovery-Quote: „X von Y erinnerten Checkouts zurückgeholt“.

Rechtlicher Hinweis

Ob die Erinnerungs-Mail in deinem Fall zulässig ist (DSGVO/UWG — transaktionale Erinnerung vs. Werbung), lass bitte einmalig rechtlich prüfen. Deshalb ist das Feature ab Werk ausgeschaltet. Einen fertigen Absatz für deine Datenschutzerklärung findest du in Kapitel 19.

17. Checkout-Analytics (Auswertung)

Dein eigenes Auswertungs-Cockpit unter [Bestellungen](#) → [Checkout-Analytics](#) — ganz ohne Google Analytics oder Cookie-Banner-Folgen:



Das Dashboard: Conversion-Rate groß hervorgehoben, daneben Checkouts/Bestellungen/Verweildauer/Recovery-Quote. Darunter der Sessions-Verlauf (30/14/7 Tage umschaltbar) und der Kaufabbruch-Funnel.

1. **Einschalten:** Einstellungen → Karte „**Analytics & A/B-Tests**“ → „Checkout-Analytics aktivieren“. Ab sofort wird jede Checkout-Session gezählt.
2. **Lesen:** Der **Funnel** zeigt, wo Kunden aussteigen: „Warenkorb gesehen“ → „Checkout gestartet“ → „Bestellübersicht“ → „Bestellt“. Große Sprünge nach unten = dort lohnt Optimierung (und ein A/B-Test, Kapitel 18).
3. **Aufbewahrung:** Rohdaten werden nach der eingestellten Frist (Standard 90 Tage) automatisch gelöscht; A/B-Ergebnisse bleiben als Summen erhalten.

Datenschutzfreundlich by Design

Die Messung läuft komplett auf deinem Server und pseudonym: keine Cookies, keine IP-Adressen, keine Namen. Gespeichert wird nur ein nicht umkehrbarer Zahlencode der technischen Session. Details + Textbaustein in Kapitel 19.

18. A/B-Tests

Finde heraus, was wirklich mehr verkauft: Zwei Besuchergruppen sehen unterschiedliche Checkout-Varianten, das Plugin misst automatisch, welche besser konvertiert.

1. [Bestellungen](#) → [Checkout-Analytics](#) → oben [A/B-Tests](#) → [A/B-Test anlegen](#).
2. **Name** vergeben (z. B. „Cross-Selling-Test“). **Verkaufskanal** leer lassen = gilt überall.
3. Es gibt bereits zwei Varianten: **control** (die Kontrolle — dein Checkout wie er ist, nichts eintragen!) und **v1**. Das **Gewicht** steuert die Verteilung (50/50 = fair geteilt).
4. Bei v1 unter „**Einstellung überschreiben**“ wählen, was diese Gruppe anders sehen soll — z. B. `crossSellPosition = off` (kein Cross-Selling) oder `showBenefits = aus`. Mehrere Überschreibungen pro Variante sind möglich.
5. [Speichern](#) → [Test starten](#). Ab jetzt wird jeder Besucher zufällig einer Variante zugeteilt und bleibt darin.

The screenshot shows the 'Administration' interface for version 6.7.10.2. The left sidebar lists various management tools. The main content area is for configuring an 'A/B-Test' titled 'Benefits-Test'. Under 'Grunddaten', the test is marked as 'Läuft' (Running), named 'Benefits-Test', and assigned to the 'Verkaufskanal' (Sales Channel). The 'Varianten' section displays two test variants: 'control' (labeled 'Kontrolle') and 'v1' (labeled 'Ohne Benefits'), both with a weight of 50, indicating a 50/50 split.

Ein laufender Test: oben die Varianten mit ihren Überschreibungen, unten die Live-Ergebnisse — Sessions, Bestellungen, Conversion, Umsatz und der Uplift gegenüber der Kontrolle.

- **„signifikant“-Badge:** Erscheint, wenn der Unterschied statistisch belastbar ist (ab 30 Sessions pro Variante). Vorher gilt: abwarten, nicht überinterpretieren.
- **Test beenden:** Button oben rechts — sofort sehen alle Besucher wieder deine Standard-Konfiguration. Die Zahlen bleiben dauerhaft einsehbar.
- Pro Verkaufskanal läuft immer nur **ein** Test gleichzeitig. Jede Bestellung merkt sich intern, aus welcher Variante sie kam.

19. Datenschutz: Textbausteine für deine Datenschutzerklärung

Checkout-Analytics (Kapitel 17/18):

„Zur Verbesserung unseres Bestellprozesses messen wir die Nutzung unseres Checkouts vollständig serverseitig und pseudonym. Gespeichert wird ausschließlich ein nicht umkehrbarer SHA-256-Hash der technischen Shop-Sitzung, gebildet mit einem geheimen, nur auf unserem Server vorhandenen Schlüssel. Es werden keine Cookies gesetzt, keine IP-Adressen und keine personenbezogenen Daten gespeichert; es erfolgt keine Übermittlung an Dritte. Die Auswertung erfolgt ausschließlich in aggregierter Form. Die Rohdaten werden nach spätestens 90 Tagen automatisch gelöscht. Rechtsgrundlage ist unser berechtigtes Interesse an der Funktions- und Reichweitenmessung des eigenen Shops (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO); eine Einwilligung nach § 25 TTDSG ist nicht erforderlich, da über die ohnehin technisch notwendige Sitzung hinaus nicht auf das Endgerät zugegriffen wird.“

Warenkorb-Erinnerung (Kapitel 16): Ergänze den Passus, dass die im Checkout eingegebene E-Mail-Adresse zusammen mit dem Warenkorb-Bezug gespeichert wird, um an einen nicht abgeschlossenen Kauf zu erinnern, und nach spätestens 30 Tagen automatisch gelöscht wird. *(Beide Formulierungen bitte einmalig mit deinem Datenschutzbeauftragten abstimmen — Angaben ohne Gewähr.)*

20. Häufige Fragen

Frage	Antwort
Im Checkout erscheint kein Cross-Selling.	Am Produkt fehlt die Cross-Selling-Zuordnung (Kapitel 11, Schritt 1) — oder die Position steht auf „aus“.
Die Erinnerungs-Mail kommt nicht an.	Prüfe der Reihe nach: Ist „Recovery aktivieren“ an? Ist der Flow aktiv (Kapitel 16, Schritt B)? Ist die Abbruch-Schwelle schon verstrichen? Hat der Kunde die E-Mail vollständig eingetippt?
Analytics zeigt keine Daten.	„Checkout-Analytics aktivieren“ einschalten — gemessen wird erst ab dann (rückwirkend gibt es keine Daten).
Ich will kurzfristig zum Standard-Checkout zurück.	Grundeinstellungen → „One-Page-Checkout aktivieren“ ausschalten. Alles andere bleibt erhalten.
Express-Buttons (PayPal/Amazon) fehlen.	„Express Checkout anzeigen“ muss an sein UND im jeweiligen Zahlungs-Plugin muss die Express-Funktion aktiviert sein.
Eine Einstellung soll nur für einen Verkaufskanal gelten.	Kapitel 3: Kanal wählen, Ketten-Symbol am Feld lösen, Wert setzen, speichern.
Anderes Theme installiert — funktioniert das Plugin?	Ja, der Checkout härtet sein Layout gegen Theme-Einflüsse ab; getestet u. a. mit ThemeWare® Modern und Cereal.