

Funktionen in Seiten einbauen

DOKUMENTATION · PAGE BUILDER

■ Wie Funktionen auf deiner Website erscheinen

Die Plattform übernimmt die ganze Logik hinter Buchungen, Produkten, Kursen und Checkouts — damit diese Funktionen aber auf deiner Website erscheinen, müssen sie auf Seiten platziert werden. Das geschieht im Page Builder mit eigens gebauten Elementen, die direkt an deine Produkte und Inhalte anschliessen.

Betrachte Elemente als Bausteine. Jedes ist für einen bestimmten Zweck vorgebaut — ein Buchungsbutton, ein Produkt-Grid, ein Formular, ein Kalender — und du platzierst es dort, wo du es auf einer Seite willst, und konfigurierst, an welches Produkt oder welchen Inhalt es anschliesst. Es ist kein Code beteiligt.

■ Wie der Page Builder funktioniert

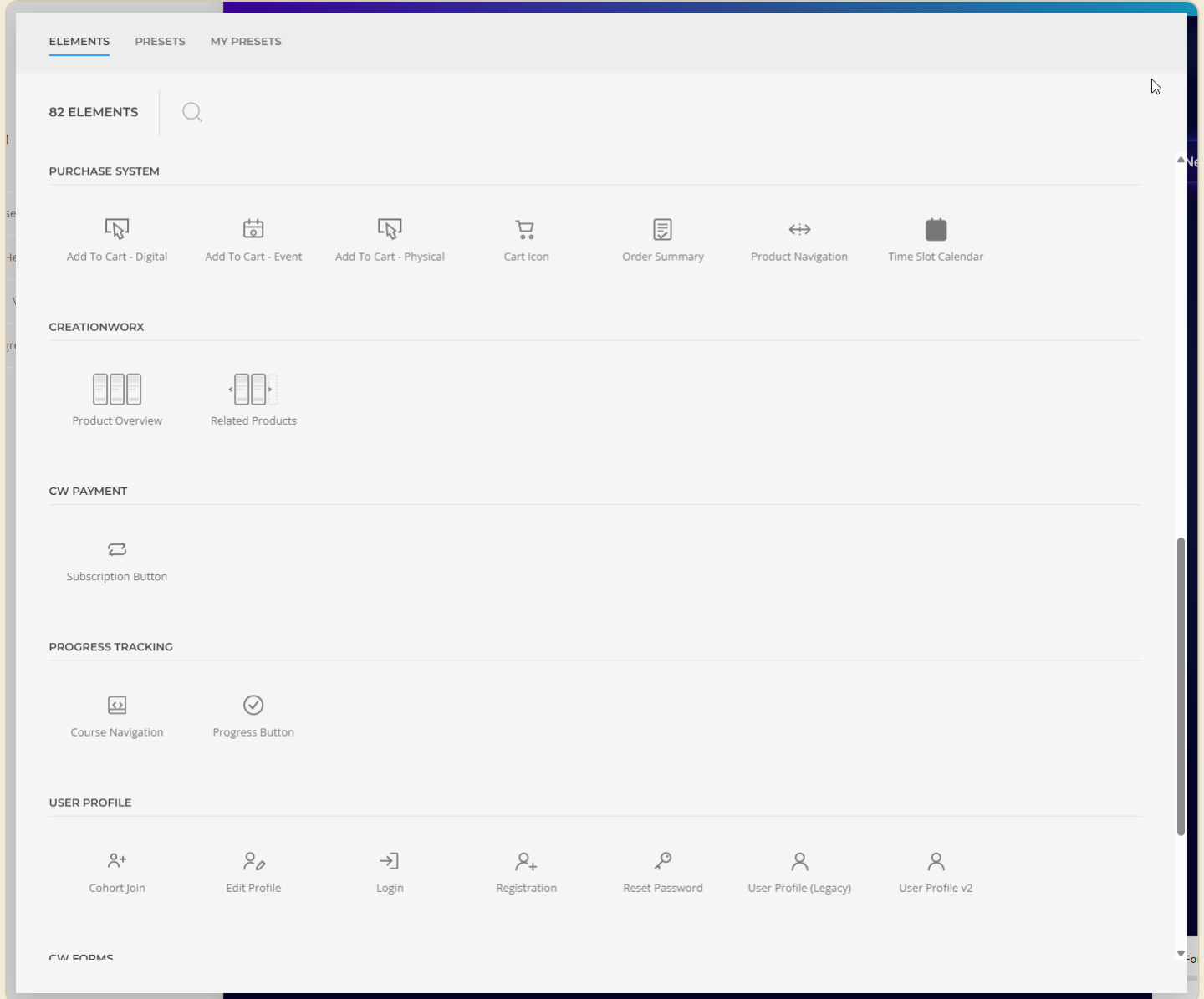
Deine Website nutzt YooTheme Pro als Page Builder. Wenn du eine Seite zur Bearbeitung öffnest, arbeitest du in diesem Builder — Abschnitte hinzufügen, Elemente platzieren, Inhalte visuell anordnen.

Die Flowworx-Elemente erscheinen in der Elementauswahl neben den Standardelementen wie Text, Bildern und Buttons. Sie sind unter ihrer Funktionskategorie gruppiert und so leicht zu finden.

✦ *Der Page Builder ist ein visuelles Werkzeug. Wenn du Layoutänderungen an einer bestehenden Seite machst, ist der sicherste Weg, das Vorhandene zu bearbeiten statt neu zu bauen. Brauchst du eine neu eingerichtete Seite, wende dich an Creationworx.*

■ Verfügbare Elemente

Unten ein Überblick über die Flowworx-Elemente im Page Builder und was jedes tut. Die Elementnamen stehen im Builder auf Englisch und sind hier deshalb unverändert.



Die Flowworx-Elemente, aufgelistet neben denen des Builders.

Produktbuttons

Jede Produktart hat ihr eigenes Kaufbutton-Element:

- **Physical Product Button** — ein Kaufbutton, verknüpft mit einem bestimmten physischen Produkt. Zeigt den Preis und eine "Add to cart"-Aktion. Kann auch als vollständige Produktkarte mit Preis, Gewicht, Lagerstatus und Merkmalliste erscheinen.
- **Digital Product Button** — verknüpft mit einem digitalen Produkt. Zeigt den Preis und löst das Hinzufügen in den Warenkorb aus. Im Kartenmodus zeigt er Inhaltszahl und Kurshinweis.
- **Event Button** — verknüpft mit einer Veranstaltung. Zeigt Ticketpreis, Datum und Ort. Im Kartenmodus Verfügbarkeit und eine vollständige Zusammenfassung. Unterstützt dynamische Post-ID, sodass dasselbe Element über mehrere Veranstaltungsseiten funktioniert.
- **Subscription Button** — verknüpft mit einem Abonnementplan. Zeigt Preis und Abrechnungsintervall. Im Kartenmodus die Leistungen des Plans.
- **Accommodation Booking Button** — öffnet den Buchungsdialog für eine bestimmte Unterkunft. Im Kartenmodus Preis, An-/Abreiseinformationen und Mindestaufenthalt.
- **Timeslot Booking Button** — öffnet den Zeitfenster-Kalender für einen bestimmten Kalender. Unterstützt bezahlte und kostenlose Terminmodi.

Jedes Buttonelement schliesst an ein Produkt oder einen Eintrag an. Welches Produkt verknüpft ist, änderst du im Einstellungspanel des Elements im Builder.

Produkt-Grids und Übersichten

- **Product Overview** — ein Grid mit Tabs, das mehrere Produkte verschiedener Arten zeigt, mit optionaler Kategorie-Filterleiste. Für Shop- oder Katalogseiten. *Weiter unten im Detail.*
- **Related Products** — ein Slider mit Produkten, die zum gerade angesehenen passen. Nützlich auf einzelnen Produktseiten, um weitere Angebote zu zeigen. *Weiter unten im Detail.*
- **Accommodation Overview** — ein Grid aller Unterkünfte mit Datumsfilter für die Verfügbarkeit und Ausstattungsetiketten. Für Übersichtsseiten von Unterkünften. Ihr Tab Settings trägt dieselben Kartensteuerungen wie die Product Overview — Spalten pro Bildschirmgröße, Abstände, Panel Style, Padding, Stile für Titel / Beschreibung / Preis — und ihre Farben liegen websiteweit unter **Style-Panel** → **Flowworx** — **Room Overview** (Karten, Bildbereich, Etiketten, Zimmertyp-Pille, Verfügbarkeitsleiste, Datumskalender, Filterpillen).
- **Accommodation Detail** — eine ausführliche Zusammenfassung einer bestimmten Unterkunft mit Schlafgelegenheiten, Ausstattung, Services mit Bildern und saisonalen Preisen. Auf einzelnen Unterkunftsseiten neben dem Buchungsbutton.

Inhalte und Lernen

- **CW Form** — legt ein bestimmtes Formular auf die Seite. Schliesst an ein Formular an, das du unter **Angebote** → **Formulare** angelegt hast. Das Formular wird vollständig auf der Seite dargestellt — es wird ausgefüllt und abgeschickt, ohne Umleitung.
- **Progress Button** — ein Button, mit dem eine Lektion oder Inhaltsseite als abgeschlossen markiert wird. Auf digitalen Inhaltsseiten Teil des Fortschrittssystems.
- **Course Navigation** — eine Leiste mit "zurück zum Kurs" und Vor/Zurück-Buttons. Gehört auf dein Template für digitale Inhalte, neben den Progress Button, damit ein Kurs durchgearbeitet werden kann, ohne zwischen Lektionen ins Profil zurückzukehren. Siehe den Leitfaden Kurse & Lernprogramme.

Seiten für Kundenkonten

- **User Profile v2** — das Konto-Dashboard: Seitenleiste, Kennzahlen-Karten, Käufe, Buchungen, Termine, Kurse, Mitgliedschaften und Zahlungspläne. Gehört auf deine Kontoseite.
- **Registration** — ein Registrierungsformular, das ein Konto anlegt und direkt einloggt.
- **Login** — ein Anmeldeformular mit Angemeldet-bleiben und Passwort-vergessen-Link.
- **Reset Password** — erledigt sowohl das Anfordern eines Reset-Links als auch das Setzen des neuen Passworts.
- **Edit Profile** — lässt eine angemeldete Person Name, E-Mail, Telefon und Adresse aktualisieren.

Alle fünf sind in der Elementliste unter **user profile** gruppiert. Die Leitfäden Kundenkonten & Profil sowie Registrierung & Login behandeln sie vollständig.

✦ *Möglicherweise siehst du auch ein Element **User Profile (Legacy)**. Das ist das ältere Profillayout, erhalten, damit bestehende Websites weiterlaufen. Nutze für Neues **User Profile v2**.*

Navigation und Struktur

- **Product Navigation** — eine Vor/Zurück-Leiste zum Wechseln zwischen Produkten derselben Art. Auf einzelnen Produktseiten, damit durch dein Angebot gestöbert werden kann, ohne zur Übersicht zurückzukehren.
- **Order Summary** — zeigt Bestellbestätigung und Danke-Inhalt nach einem Kauf. Dieses Element hat einen festen Ort: es muss auf eine Hauptseite mit dem Slug `order-summary`, weil diese Adresse in die Plattform eingebaut ist und Kunden nach der Zahlung dorthin zurückkehren. Siehe den Leitfaden Kundenkonten & Profil.
- **Cart Icon** — das Warenkorbsymbol mit der Zahl der Artikel im Warenkorb. Üblicherweise im Header platziert. Es gibt es auch als Widget, was meist der einfachere Weg in den Header ist — siehe den Leitfaden Website-Header.

■ Ein Element konfigurieren

Klickst du im Builder auf ein Flowworx-Element, öffnet sich ein Einstellungspanel. Es ist in zwei Tabs geteilt:

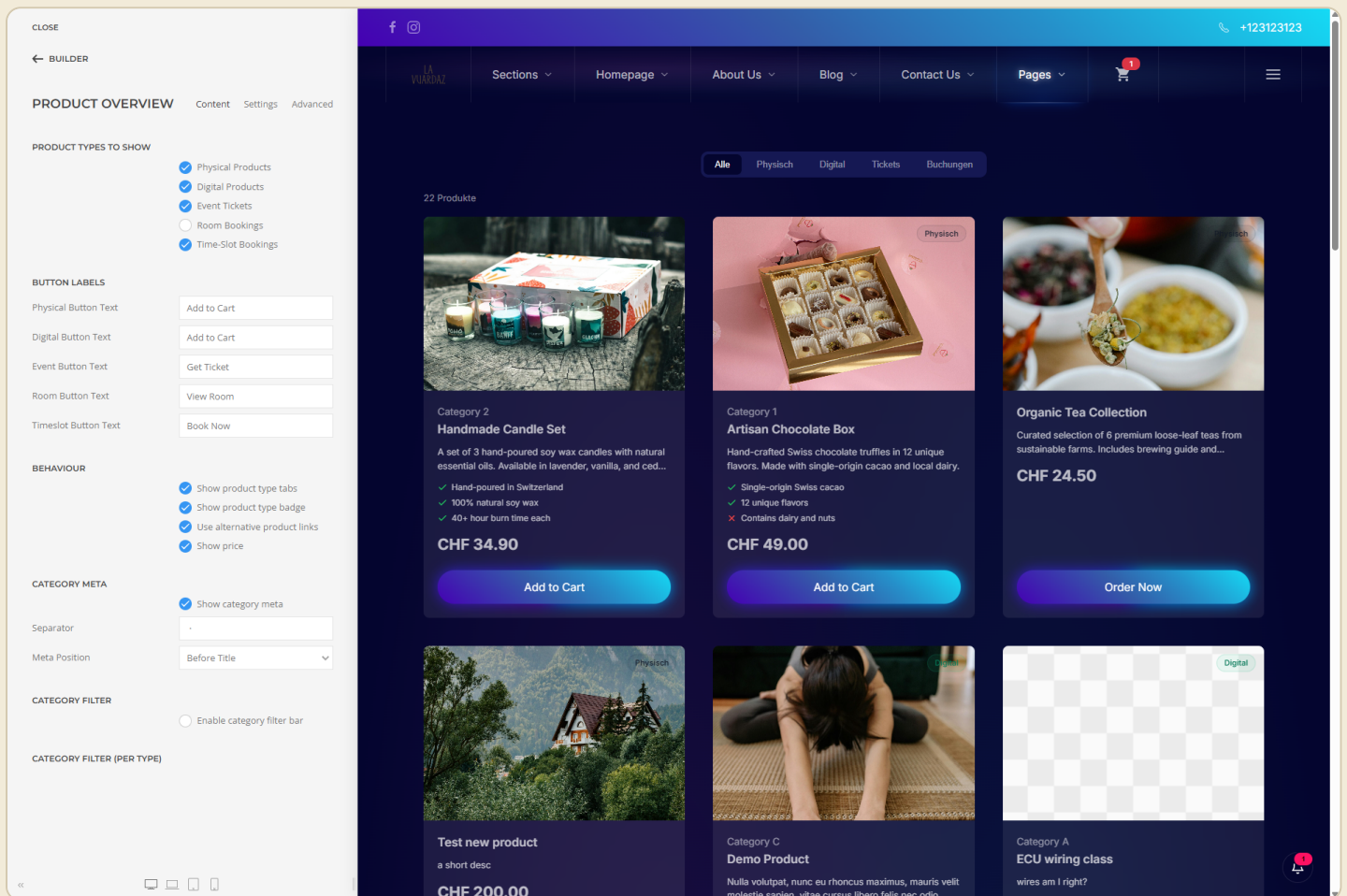
- **Content** — was das Element zeigt: an welches Produkt es anschliesst, welche Arten erscheinen, was auf den Buttons steht, welche Teile sichtbar sind
- **Settings** — wie es aussieht: Farben, Rahmen, Eckenradius, Buttonstile, Abstände

Änderungen wirken, wenn du die Seite speicherst und veröffentlichst.

Die zwei Grid-Elemente — Product Overview und Related Products — haben von beidem weit mehr als die übrigen, die Abschnitte unten gehen sie deshalb ordentlich durch.

■ Product Overview im Detail

Die Product Overview ist deine Shop- oder Katalogseite: ein Grid von Produktkarten, optional mit Tabs oben zum Filtern nach Produktart.



Das Element Product Overview und sein Einstellungspanel.

Tab Content

Product Types to Show

Ein Schalter pro Art — physische Produkte, digitale Produkte, Veranstaltungen, Unterkünfte, Zeitfenster-Kalender. Schalte die ein, die dieses Grid listen soll. Ein Grid kann alle fünf mischen oder nur eine zeigen.

Button Labels

Eine Beschriftung pro Produktart, damit Veranstaltungen *Get tickets* sagen können, während physische Produkte im gleichen Grid *Add to cart* sagen.

✦ Ein einzelnes Produkt kann das mit seinem eigenen Feld **Add to Cart Button Label - Override** überschreiben. Das ist das Feld für den Fall, dass ein Produkt eine andere Formulierung braucht — nicht ein zweites Element.

Verhalten

- **Show product type tabs** — die Tab-Leiste All / Physical / Digital / ... Abgeschaltet erscheinen alle gewählten Arten gemeinsam in einem Grid.
- **Show product type badge** — das kleine Ecketikett, das die Art jeder Karte nennt
- **Show price** — abgeschaltet verbirgt es den Preis und die Liste saisonaler Preise darunter. Nützlich für einen Katalog, in dem Preise auf Anfrage genannt werden.
- **Use alternative product links** — steuert, wo der **Card Button Alternative Link** eines Produkts wirkt. An: der Kartenbutton führt direkt zu dieser URL in einem neuen Tab und überspringt die Produktseite. Aus: der Kartenbutton öffnet die Produktseite wie gewohnt, und der Kaufbutton dort führt stattdessen zur URL. Siehe den Hinweis unten.

Category Meta

Gibt die Kategorienamen eines Produkts auf seiner Karte aus.

- **Show category meta** — der Schalter
- **Separator** — was zwischen mehreren Kategorienamen steht, etwa oder . Leerzeichen bleiben genau so, wie du sie eingibst.
- **Meta Position** — vor oder nach dem Kartentitel
- **Style** und **Color** — im Tab Settings; siehe unten

Category Filter — ein eigener Abschnitt weiter unten.

Tab Settings

✦ **Farben werden hier nicht mehr gesetzt.** Jede Farbe von Karten, Tabs, Etiketten und Chips liegt für die ganze Website an einer Stelle: **Style-Panel** → **Flowworx** — **Product Overview**. Einmal setzen, und jede Product Overview und jedes Related-Products-Element der Website folgt. Der Tab Settings behält die Einstellungen, die wirklich pro Platzierung gelten — wie viele Spalten, wie viel Abstand, welcher Kartenstil. Siehe *Deine Produktkarten gestalten* unten.

Gruppiert nach ihrer Wirkung:

- **Grid** — wie viele Karten pro Reihe bei jeder Bildschirmgröße (Handy hochkant, Handy quer, Tablet quer, Desktop, grosse Bildschirme), plus **Column Gap** und **Row Gap**. Jede Größe kann von der nächstkleineren erben (*Inherit*), du setzt also meist nur zwei oder drei. Die Abstände nutzen das Raster deiner Website und passen so zu jedem anderen Grid auf der Seite.
- **Card** — **Panel Style**, **Card Padding**, **Text Style** und die Dropdowns **Title / Description / Price Style** mit Abständen. Unten behandelt.
- **Featured Card** — die Formulierung des Etiketts und ein eigener **Panel Style**, nur für hervorgehobene Produkte (siehe unten)
- **Category Meta** — **Style** (dieselbe Auswahl an Größen und Schriften wie bei einer Überschrift, von grossen Display-Größen bis zu kleinem Meta-Text) und **Color** (die Textfarben deiner Palette: gedämpft, primär und so weiter)
- **Event date & time format** — wie die Datums- und Zeit-Chips auf Veranstaltungskarten gelesen werden
- **Button** — der Buttonstil des Handlungsbuttons jeder Karte

■ Deine Produktkarten gestalten

Produktkarten werden auf dieselbe Weise gestaltet wie das Kundenprofil: du wählst aus den Stilen deines Themes, statt Farben von Hand einzugeben. Der Punkt ist, dass eine Karte aussieht, als gehöre sie zu deiner Website, ohne dass du zweimal gestaltest.

Es gibt zwei Orte, an denen du nachsiehst.

Websiteweit: Style-Panel → Flowworx — Product Overview

Öffne im Page Builder das **Style**-Panel und finde **Flowworx — Product Overview**. Alles Farbige liegt hier, und jede Änderung wirkt auf jede Produktkarte der Website — beide Grid-Elemente, jede Seite:

- **Cards** — Oberfläche, Rahmenfarbe und -breite, Eckenradius und die Farben für Titel / Text / Preis. Ausserdem der Schatten, mit dem sich eine Karte beim Hover hebt.
- **Featured Card** — derselbe Satz erneut für hervorgehobene Produkte, plus Hintergrund und Textfarbe des Etiketts. Jeder Wert beginnt passend zur normalen Karte, ändere also nur, was sich unterscheiden soll.
- **Hero** — Hintergrund und Platzhalter-Symbolfarbe des Bildbereichs, also was erscheint, wenn ein Produkt kein Bild hat
- **Meta Chips** — die kleinen Pillen für Datum / Zeit / Ort / Dauer
- **Type Badges** — Eckenradius plus Hintergrund-, Rahmen- und Textfarbe pro Produktart, sodass jedes Art-Etikett seine eigene Farbe haben kann
- **Tabs** — die Pillenleiste All / Physical / Digital
- **Filter Bar** — wie stark die inaktiven Kategorie-Buttons abgeblendet sind
- **Count Line** — die Zeile "12 products" über dem Grid
- **Slider Arrows** — die Pfeile bei Related Products

Das meiste davon geht von deinen Einstellungen unter **Flowworx — General** aus. Überschriftenfarbe, Textfarbe, Rahmenfarbe und Eckenradius dort einmal zu setzen bringt die Karten also schon fast ans Ziel.

✦ Die Art-Etiketten sind die bewusste Ausnahme — sie behalten ihre eigenen Farben (grün für digital, rosé für Tickets und so weiter), statt deinem Theme zu folgen, weil diese Farben Bedeutung tragen. Ändere sie hier, wenn sie zu deiner Palette passen sollen.

Pro Platzierung: der Tab Settings des Elements

Panel Style entscheidet, was die Karte malt:

OPTION	WAS DU BEKOMMST
Flowworx Default	Die Karte, wie das Style Kit sie malt — die Einstellungen oben. Das ist der Standard.
None	Gar keine Oberfläche. Der Karteninhalt sitzt direkt auf dem Seitenhintergrund. Nützlich in einem Abschnitt, der schon sein eigenes Panel hat.
Card Default / Primary / Secondary / Hover / Overlay	Die Kartenstile deines Themes, Hintergrund- und Textfarben eingeschlossen
Tile Default / Muted / Primary / Secondary	Die Tile-Stile deines Themes, gleiche Idee

Etwas anderes als *Flowworx Default* zu wählen übergibt die Karte vollständig deinem Theme — die Style-Kit-Farben treten zurück, statt darunter durchzuscheinen.

Card Padding — der Raum um den Text innerhalb jeder Karte, in der Abstandsskala deiner Website.

Text Style — *Light*, wenn die Karten auf dunklem Hintergrund sitzen, *Dark* auf hellem. Es gilt auch für die Tabs und die Zählzeile über dem Grid. Eine Karte mit *Flowworx Default* behält ihre eigenen Textfarben, weil ihr Hintergrund unverändert ist.

Title Style, Description Style und **Price Style** — dieselben Überschriften- und Textgrößen wie überall im Builder, von grossen Display-Größen bis zu kleinem Meta-Text. **Title Margin Top / Bottom** justieren den Abstand um den Produktnamen.

■ Related Products im Detail

Ein Slider von Produktkarten, gedacht für eine einzelne Produktseite, um andere vorzuschlagen.

Tab Content

Source

- **Product Type** — welche Art gezogen wird. *Auto* erkennt die Art der Seite, auf der es liegt — was du auf einem Produkt-Template willst: ein Element funktioniert dann über alle Produktseiten.
- **Number of Products** — wie viele gezogen werden
- **Button Label** — der Handlungsbutton der Karte
- **Exclude current post from results** — lass das an, sonst schlägt die Seite das Produkt vor, das gerade angesehen wird
- **Use alternative product links** — wie bei der Product Overview

Card

- **Show product type badge**

Category Meta — dieselben Steuerungen wie bei der Product Overview: Schalter, Separator, Position, Stil und Farbe.

Tab Settings

- **Card** und **Featured Card** — genau dieselben Dropdowns wie bei der Product Overview: Panel Style, Padding, Text Style, Stile für Titel / Beschreibung / Preis. Die zwei Elemente stellen dieselbe Karte dar, sie teilen also einen Satz Steuerungen und einen Satz websiteweiter Farben.
- **Category Meta** — Stil und Farbe
- **Slider** — **Visible Slides** (wie viele Karten gleichzeitig sichtbar sind), **Column Gap**, **Show navigation arrows**, **Show dot indicators**, **Autoplay slides**
- **Button** — der Buttonstil des Handlungsbuttons jeder Karte

✦ Kartenfarben sind websiteweit, unter **Style-Panel** → **Flowworx** — **Product Overview** — derselbe Ort, aus dem die Product Overview sie liest, die zwei Elemente passen also standardmässig zusammen. Siehe Deine Produktkarten gestalten oben.

✦ *Related Products* hat keinen Schalter "show price" — seine Karten zeigen immer den Preis. Brauchst du eine Karte ohne Preis, nimm eine Product Overview.

■ Hervorgehobene Produkte

Ein Produkt als hervorgehoben zu markieren tut zwei Dinge gleichzeitig: es sticht in deinen Shop-Grids heraus, und es kommt für die Bewerbung in Kundenprofilen infrage.

Ein Produkt markieren

Am Produkt selbst — physisch, digital oder Veranstaltung — findest du in den General Product Options **Featured product** und schaltest es ein. Das ist die ganze Handlung. Es gibt keine separate Liste zu pflegen.

Was es auf deinen Shop-Seiten tut

In Product Overview und Related Products bekommt die Karte eines hervorgehobenen Produkts:

- ein **Etikett** in der oberen Ecke des Bildes, standardmässig *Featured*
- eine **eigene Kartengestaltung**, unabhängig von den normalen Karten

Gesteuert wird das an zwei Orten.

Am Element, unter **Settings** → **Featured Card**:

- **Tag Label** — der Etiketttext. Leer lassen für *Featured*, oder etwas Bestimmteres schreiben: *Bestseller*, *Neu*, *Unsere Empfehlung*.
- **Panel Style** — *Inherit from Card* gestaltet hervorgehobene Karten wie alle anderen, so wie sie immer aussahen. Wähle einen Card- oder Tile-Stil deines Themes, damit sie herausstechen.

Websiteweit, unter **Style-Panel** → **Flowworx** — **Product Overview** → **Featured Card**: Oberfläche, Rahmen, Eckenradius und Farben für Titel / Text / Preis der Karte, plus Hintergrund und Textfarbe des Etiketts.

✦ **Jede Farbe der Featured Card beginnt passend zur normalen Card-Farbe.** Du kannst also nur den Rahmen ändern und alles andere bleibt zu deinen übrigen Karten konsistent. Du musst deine ganze Kartengestaltung nicht erneut eingeben.

✦ *Das Etikett sitzt oben links und das Art-Etikett oben rechts, die zwei kollidieren also nie. Ein hervorgehobenes Produkt mit eingeschaltetem Art-Etikett kann beide zeigen.*

Was es in Kundenprofilen tut

Derselbe Schalter versorgt zwei Blöcke im Konto-Dashboard:

- **Promoted product** — ein digitales Produkt, prominent oben im Dashboard, mit Bild, Beschreibung, Preis und Button
- **Featured Products** — eine Reihe hervorgehobener physischer, digitaler und Veranstaltungsprodukte, neueste zuerst

Beide Blöcke filtern bereits vorhandene Produkte heraus und überspringen vergangene Veranstaltungen — es wird also nie etwas beworben, das schon gekauft oder verpasst ist. Überschriften, Anzahl und helle oder dunkle Schrift steuerst du am Profilelement. Siehe den Leitfaden Kundenkonten & Profil.

✦ *Das ist der Teil, der Planung lohnt. Ein Schalter entscheidet sowohl "das sticht im Shop heraus" als auch "das bewerben wir bei bestehender Kundschaft". Wenn das verschiedene Produkte sein sollen, sei wählerisch: markiere die, die du aktiv als Nächstes verkaufen willst, statt alles Gute.*

✦ *Der Schalter erscheint auch bei Abonnementplänen, aber weder ein Grid-Element noch einer der Profilblöcke listet Abonnements — ihn dort einzuschalten hat also keine Wirkung.*

■ Kategoriefilter

Produktkategorien erlauben Besuchern, ein Grid einzuschränken. Jede Produktart hat ihre eigene Kategorie-Taxonomie, im Admin unter der jeweiligen Art verwaltet: *Physical Product Categories*, *Digital Product Categories*, *Event Categories*, *Room Categories*, *Timeslot Categories*. Kategorien können verschachtelt werden.

Eine Filterleiste in eine Product Overview einbauen

Unter **Content** → **Category Filter**:

- **Enable category filter bar** — der Schalter
- **Taxonomy Slug** — nach welcher Taxonomie gefiltert wird, etwa `event-category`. Sie muss auf den Produktarten registriert sein, die das Grid zeigt.
- **Restrict Filter to Terms** — eine optionale, kommasetrennte Liste von Kategorie-Slugs, angewendet auf jede Produktart im Grid. Leer lassen, um jede auf den gelisteten Produkten gefundene Kategorie anzubieten.
- **Term Filter Mode** — was diese Liste bedeutet:
- **Include** — nur Karten mit mindestens einer dieser Kategorien erscheinen, und die Filterleiste bietet nur diese Kategorien an, in der von dir gelisteten Reihenfolge
- **Exclude** — Karten mit diesen Kategorien werden verborgen
- **"All" Button Label** — der Text auf dem Button, der den Filter zurücksetzt
- **Filter Button Style, Filter Button Size, Filter Bar Position** (links, mittig oder rechts)

✦ *Der Include-Modus mit einer ausdrücklichen Begriffsliste ist das Mittel für eine kuratierte Seite — "unsere drei Retreat-Arten, in dieser Reihenfolge" — statt einer Filterleiste, die mit jeder neu angelegten Kategorie wächst.*

Nur einige Produktarten filtern

Die Begriffsliste oben gilt für das ganze Grid, und das ist bei einem gemischten Grid ein Problem. Kategorie-Slugs gehören zu einer Taxonomie: eine Liste von Veranstaltungskategorien bedeutet einem physischen Produkt nichts, das gar keine Veranstaltungskategorien hält. Im Include-Modus zählt das als "kein Treffer", also wird jede physische und digitale Karte herausgefiltert und diese Tabs bleiben leer.

Content → **Category Filter (Per Type)** löst das. Jede eingeschaltete Produktart bekommt ihr eigenes Paar Steuerungen — einen **Mode** und, wo relevant, ihre eigene **Terms**-Liste:

MODE	WAS DIE ART TUT
Use all-types setting	Folgt der gemeinsamen Liste oben. Das ist der Standard, es ändert sich also nichts, bis du etwas anderes wählst.
All categories	Keine Begriffsbeschränkung. Jede auf dieser Art gefundene Kategorie wird ein Filterbutton.
Include listed terms	Nur Karten, die eine der für diese Art gelisteten Kategorien halten, erscheinen.
Exclude listed terms	Karten, die eine der für diese Art gelisteten Kategorien halten, werden verborgen.
Not filtered	Die Art tritt aus dem Kategoriefilter ganz heraus: ihre Karten erscheinen immer unter All , sie liefert keine Filterbuttons, und sie verschwindet, solange irgendein Kategoriebutton aktiv ist.

Für ein Grid aus physischen Produkten, digitalen Produkten und Tickets, in dem nur die Tickets eingeschränkt werden sollen: setze **Tickets — Mode** auf *Include listed terms*, trag deine Veranstaltungs-Kategorie-Slugs in **Tickets — Terms** ein und setze **Physical — Mode** und **Digital — Mode** auf *Not filtered*. Die Filterleiste bietet dann nur deine Ticketkategorien an, und die physischen und digitalen Karten bleiben auf der Seite.

✦ Das **Terms**-Feld jeder Art wird gegen die eigene Taxonomie dieser Art gelesen, du kannst also zwei Arten gleichzeitig mit Kategorien aus zwei verschiedenen Taxonomien im gleichen Grid einschränken.

✦ Denk daran, dass ein Kategoriebutton das ganze Grid filtert. Einen zu klicken zeigt die passenden Karten und verbirgt alles andere, auch Arten auf "Not filtered". Soll eine Art immer am Bildschirm sein, lass die Filterleiste auf "All" als Ausgangszustand — was sie standardmässig ist.

■ Besucher anderswohin schicken statt in den Warenkorb

Manche Produkte werden nicht über deinen Checkout verkauft — die Tickets laufen über einen externen Anbieter, der Verkauf über eine andere Plattform, oder es geht über Anfragen. Setze dafür am Produkt selbst einen **Card Button Alternative Link**.

Der Link wird immer irgendwo beachtet. Was der Schalter **Use alternative product links** am Element entscheidet, ist, ob die Produktseite im Weg bleibt:

SCHALTER	KARTENBUTTON IM GRID	KAUFBUTTON AUF DER PRODUKTSEITE
An	Führt direkt zu deiner URL, neuer Tab. Produktseite übersprungen.	Wird nicht erreicht
Aus	Öffnet die Produktseite wie gewohnt	Führt zu deiner URL, neuer Tab

Es ist also kein Ein/Aus für den Link — es ist die Wahl, ob Besucher zuerst deine Produktseite sehen. Schalte ihn an, wenn das externe Ziel den ganzen Verkauf machen soll; lass ihn aus, wenn deine eigene Seite es wert ist, vorher gelesen zu werden.

✦ In beiden Fällen erreicht das Produkt den Flowworx-Warenkorb nie, es entsteht also keine Bestellung, nichts wird erfasst und kein Zugang gewährt. Diese Produkte sind Wegweiser, keine Verkäufe. Was du nachweisen musst, muss durch den Checkout.

✦ Der Schalter gilt pro Element, der Link pro Produkt. Ein Grid kann also jedes Produkt mit alternativem Link nur auf eine Weise behandeln — du kannst nicht für ein Produkt die Seite überspringen und sie für ein anderes im gleichen Grid behalten.

✦ Unterkünfte sind die Ausnahme: ihr Kartenbutton beachtet den Schalter, aber der Buchungsbutton auf einer Unterkunftsseite öffnet immer den Buchungskalender und kann nicht umgeleitet werden.

Ein Produkt ganz aus Grids verbergen

Ein Produkt lässt sich mit dem Schalter **Hide From Overview** am Produkt selbst aus allen Grids heraushalten. Es wird aus Übersichts-Grids, Slidern verwandter Produkte, der Vor/Zurück-Navigation und Archivseiten entfernt — bleibt aber über seine eigene URL erreichbar.

Nutze das für Produkte, die nur über eine bestimmte Landingpage oder einen Direktlink verkauft werden sollen.

■ Seitenverhältnis der Bilder

Produktbilder über alle Grids hinweg teilen ein Seitenverhältnis, global statt pro Element gesetzt — dein Shop, deine Slider verwandter Produkte und deine Unterkunfts-Grids schneiden also gleich zu und das Grid bleibt gleichmässig.

Es liegt in den Gestaltungssteuerungen deiner Website, im Abschnitt Flowworx **General**, unter **Images**. Der Standard ist 3:2.

✦ Weil es global ist, schneidet eine Änderung jede Karte der Website auf einmal neu zu. Genau das ist der Punkt — aber schau dir eine Seite mit gemischten Hoch- und Querformat-Produktfotos an, bevor du dich auf ein hohes Verhältnis festlegst.

■ Elemente und Seiten

Elemente legen keine Seiten an — sie werden auf Seiten platziert, die schon existieren. Brauchst du eine neue Seite (etwa eine neue Landingpage für eine Veranstaltung), muss die Seite zuerst unter **Seiten** im Admin angelegt und dann im Builder mit den passenden Elementen bestückt werden.

Wie du Seiten anlegst und verwaltest, steht im Leitfaden [Seiten & Menüs](#).