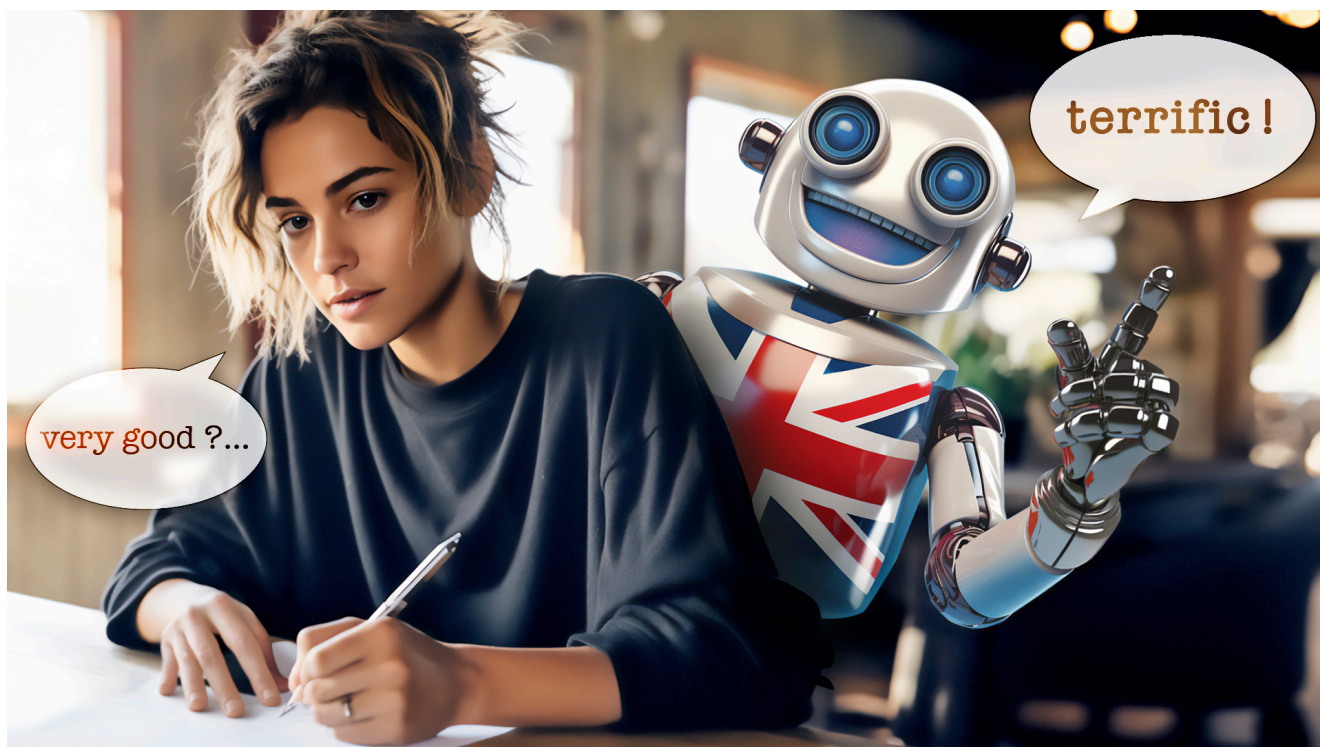


KI-Schreibassistenten für englische Texte im Test



Kluge Schreibgehilfen

Schreibt man nun „if“ oder „when“, „since“ oder „for“, „bring“ oder „take“? Selbstverfasste englische Texte klingen mitunter irgendwie verkehrt, ohne dass man genau sagen könnte, woran das liegt. KI-gestützte Assistenten bieten sich an, solchen Texten mit Stilgefühl und differenziertem Wortschatz de...

Phishing-Angriffe im Namen der Finanzverwaltung



Aktuell | Handel und Geld

Mitte Juni nahm Google plötzlich keine Mails von ct.de mehr an, die Reputation der Domain sei zu gering. Jetzt hat sich das Unternehmen geäußert und zeigt mit dem Finger auf Microsoft.

Cyberkriminelle versuchen aktuell, Menschen mithilfe vermeintlicher Mails von Steuerbehörden abzuzocken. Die Masche kann man aber an einigen Unstimmigkeiten erkennen.



Bundesministerium
der Finanzen

Betreff: Steuerbenachrichtigungsmitteilung

Die Generaldirektion Finanzen, vertreten durch Frau Finanzkontrolle, der mit der Überprüfung der Steuern der Konten, Einnahmen und Ausgaben der öffentlichen Gemeinden usw.) betraut ist.),

Mit gemailten PDFs im Namen der Steuerverwaltung wollen Betrüger Menschen zu Überweisungen verleiten. *Bild: LKA Niedersachsen*

Das Landeskriminalamt Niedersachsen warnt vor Phishing-Mails, die dem Anschein nach vom Bundesministerium der Finanzen stammen. Die Mails beziehen sich vorgeblich auf die Einkommenssteuererklärung, den Steuerbescheid oder einen Steuerbetrug. Als Absender nennen die Täter zum Beispiel ein „Hauptamt der deutschen Finanzverwaltung“ oder schlicht die „Steuerbehörde“.

In der Mail heißt es unter Verweis auf eine angehängte Datei (PDF oder Bild), dass eine Steuerprüfung stattgefunden habe. Öffnet man den Anhang, droht prinzipiell bereits Gefahr durch Schadsoftware; in den bisher bekannten Fällen erhielten Betroffene ein unverseuchtes Schreiben mit scheinbar offiziellem Briefkopf. Das Deutsch im Brief ist weitgehend korrekt, ungewöhnliche Begriffe wie „Föderation“ statt „Bund“

deuten aber auf eine Übersetzungssoftware hin.

Die vorgebliche Finanzbehörde teilt in dem Schreiben mit, dass sie bei einer Prüfung eine oder mehrere Straftaten festgestellt habe. Der Mailempfänger müsse nun beispielsweise „7.108 €“ zahlen. Die Betroffenen sollen auf die Mail antworten, um Bankdaten für die Zahlung zu erhalten. Dabei setzen die Täter die Empfänger psychisch unter Druck, indem sie enge Fristen wie 48 Stunden setzen und mit strengen Haft- und Geldstrafen drohen.

Wenn man wie von den Betrügern gefordert auf die Mail reagiert, geht die Antwort an Mailadressen mit ausländischen Länderkürzeln wie .it, .es oder .bg. Im nächsten Schritt senden die Täter eine Bankverbindung zurück. Unter Umständen fordern sie auch Bilder vom Personalausweis an. Damit droht zusätzlich ein Identitätsdiebstahl. Denkbar sind außerdem Links zu angeblichen Zahlungsseiten oder Schadsoftware.

Die Betrugsmasche ist vergleichbar mit Phishing-Mails, die angeblich von der Polizei, dem BKA, Europol oder dem Zoll stammen. Keine dieser Behörden würde eine Anzeige oder gar Zahlungsaufforderung per Mail verschicken. Das LKA rät daher, solche Mails umgehend zu löschen. Geschädigte sollten möglichst schnell ihre Bank einschalten und Anzeige bei der Polizei erstatten. (mon@ct.de)

Reaktion nach Sperrung der Mail-Domain ct.de von Google



Google sagt: Microsoft ist schuld

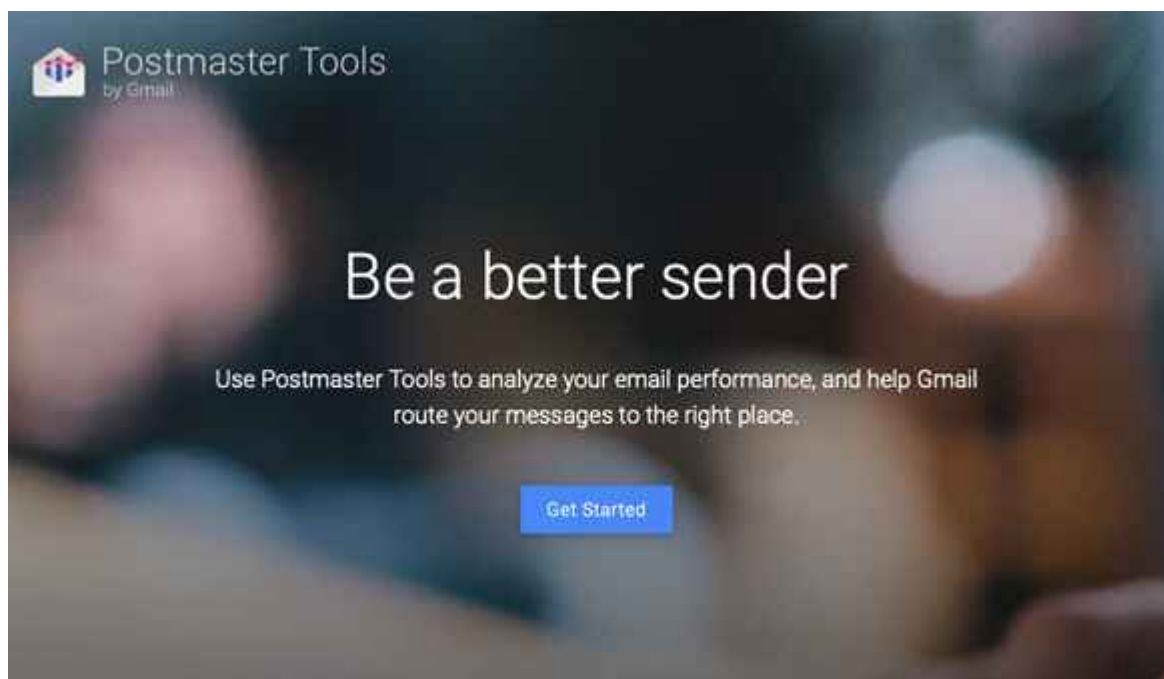
Mitte Juni nahm Google plötzlich keine Mails von ct.de mehr an, die Reputation der Domain sei zu gering. Jetzt hat sich das Unternehmen geäußert und zeigt mit dem Finger auf Microsoft.

Mitte Juni nahm Google plötzlich keine Mails von ct.de mehr an, die Reputation der Domain sei zu gering. Jetzt hat sich das Unternehmen geäußert und zeigt mit dem Finger auf Microsoft.

Von Michael Fischer von Mollard und Jan Mahn

Fast einen Monat lang konnten Mitarbeiter der c't mit einer @ct.de-Adresse nicht an Server von Google mailen – weder an @gmail.com noch an die zahlreichen Unternehmen, die ihre Mails bei Google verwalten lassen. In der Fehlermeldung beklagten sich die Server über mangelnde Reputation der Domain ct.de

[1]. Die Postmaster-Tools, die Google für solche Fälle für Mail-Admins bereitstellt, halfen nicht weiter. In seinen FAQ spricht Google selbst davon, dass die Informationen erst bei einer Größenordnung von Hunderten Mails pro Tag aussagekräftig sind – und diese Grenze erreicht die Domain nicht. Im Juli war das Problem dann so plötzlich verschwunden, wie es gekommen war.



Postmaster-Tools von Google: Die Anlaufstelle für Mailserverbetreiber liefert nicht immer aussagekräftige Informationen, wenn es bei der Zustellung Probleme gibt. Mit einer Erklärung ließ sich Google bis Ende August Zeit, doch die hatte es in sich: Schuld sei Microsoft. Weil der Verlag für Videotelefonie Teams einsetzt, enthielt der SPF-Eintrag (Sender Policy Framework) im DNS für ct.de den Eintrag: `include:spf.protection.outlook.com`

Empfangende Mailserver können diesen Eintrag auswerten und ihm entnehmen, wer Mails im Namen einer Domain versenden darf. Dass Microsofts Server berechtigt wurden, ist Standard für Unternehmen, die Teams nutzen und das System zum Beispiel Termineinladungen verschicken lassen wollen. Zum Problem wurde der SPF-Eintrag, weil Microsofts Server eine extrem ungewöhnliche Art der direkten Weiterleitung einsetzen, die Spammer ausnutzen können. Beschrieben wird das Problem auch in

einem wissenschaftlichen Paper aus dem April [2].

Um das Problem zu verstehen, muss man wissen, dass es auf Ebene des Mailprotokolls SMTP einen für die Nutzer meist unsichtbaren Envelope-Absender gibt, der von dem Absender abweichen kann, den Sender und Empfänger in ihren Mailprogrammen sehen (dem From-Header). Für SPF ist der Envelope-Absender entscheidend.

Offene Weiterleitung

Die Spammer nutzen aus, dass Microsofts Mailserver sogenanntes Open Forwarding erlauben – als Nutzer kann man eine dauerhafte Weiterleitung einrichten. Bei Accounts von Privatnutzern, die über outlook.com senden, setzt Microsoft in dem Fall den Envelope-Absender auf die Domain outlook.com, bei Geschäftskunden jedoch nicht. Bei ihnen wird beim Weiterleiten der Absender aus dem From-Header als Envelope-Absender übernommen und die Mail so an die eingestellte Adresse gesendet. Spammer brauchen also Zugriff auf ein Geschäftskundenkonto, hinterlegen dort die Adresse ihres Spam-Opfers (in diesem Fall ein Konto bei Google) als Weiterleitungsadresse.

Dann müssen sie sich nur eine beliebige Domain aussuchen, die den gängigen SPF-Eintrag für Microsoft-Server enthält. Von ihrer eigenen Adresse senden sie Mails an das Konto bei Microsoft, setzen aber als From-Header zum Beispiel eine ct.de-Adresse. Microsoft nimmt die Mail an, ändert den Envelope-Absender und leitet sie direkt an das Opfer weiter. Genau das ist laut Google mit der Domain ct.de passiert: Am 15. Juni stieg das Mailvolumen von der Domain um rund den Faktor 2000, alle problematischen Mails kamen über Microsoft-Server. Anstatt diese Server auszubremsen, entschied sich Google dafür, die Reputation der Domain zu senken.

Googles Reaktion ist teilweise verständlich, die nicht funktionierenden Postmaster-Tools, die Reaktionszeiten und das

Kommunikationsverhalten sind für Mail-Admins jedoch extrem unbefriedigend. Microsofts Vorgehen dagegen ist ein echtes Sicherheitsproblem: Weil Teams-Admins den entsprechenden SPF-Eintrag massenhaft setzen, haben Microsofts Mailserver eine exponierte Rolle – die spammerfreundliche Weiterleitung ist dann schlicht unangemessen. Mitte August erfuhren wir über DMARC-Reports von einem ähnlichen Vorfall – diesmal schickten die Microsoft-Server im Namen von ct.de an Yahoo-Adressen. Der SPF-Eintrag für ct.de ist seitdem geändert und Microsofts Server sind entfernt.

Der Vorfall macht aber auch deutlich, dass SPF aus einer anderen Zeit stammt, in der es noch üblich war, dass Mailserver dezentral von Organisationen betrieben werden. Heute ist es dagegen üblich, dass große Provider die Mails für ihre Kunden abwickeln und mit dem dann unvermeidlichen include: im SPF-Eintrag gibt man als Admin die Kontrolle über die ausgehenden Server aus der Hand – das verwässert den Wert eines SPF-Eintrags.

1. Literatur
2. [Jan Mahn, Google stufte ct.de als Spamschleuder ein, c't 19/2023, S. 35](#)
3. [E. Liu et al., Forward Pass: On the Security Implications of Email Forwarding Mechanism and Policy, arXiv, 19. April 2023, <https://arxiv.org/pdf/2302.07287.pdf>](#)

Einen verschlüsselten Peer-

to-Peer-Datenaustausch in der App integrieren und somit die Privatsphäre schützen.



Von Datenschutz und toten Kühen

Das berüchtigte Hackerkollektiv Cult of the Dead Cow, kurz cDc, das in den Neunziger Jahren mit der Remote-Access-Software Back Orifice zu internationaler Bekanntheit gelangte, gibt es noch. Jetzt hat es ein Framework veröffentlicht, das Entwickler in die Lage versetzt, einen verschlüsselten Peer-to...

Totalausfall nach Ransomware-Angriff bei CloudNordic



Aktuell | Ransomware

Die größten Plattformen und Suchmaschinen in Europa müssen sich seit Ende August den Regeln des Digital Services Act unterwerfen. Nutzer können seitdem beobachten, wie die US-Konzerne allmählich die Vorgaben zur Inhaltsmoderation und Transparenz umsetzen.

Digital Services Act für Meta, X & Co.



Online-Riesen an der Leine

Die größten Plattformen und Suchmaschinen in Europa müssen sich seit Ende August den Regeln des Digital Services Act unterwerfen. Nutzer können seitdem beobachten, wie die US-Konzerne allmählich die Vorgaben zur Inhaltsmoderation und Transparenz umsetzen.

Domain mit oder ohne Bindestrich verwenden?

Der Bindestrich ist ein Stolperstein bei der [Domainregistrierung](#). Ein Beispiel aus dem Jahr 2013 bringt das gut zur Geltung: Da startete ein Guerilla-Wahlkampf mit der Webseite [angelamerkel.de](#). Statt Infos über die Kanzlerin stolperten Leser hier über SPD-Wahlplakate. Eine schnelle Recherche zeigte: Ein Mann aus Odessa in der Ukraine hatte sich die Webseite ohne Bindestrich gesichert. Die mit Bindestrich? Die gehörte der Kanzlerin.

Inhalte

- [Prominente Verwechslungen zu Bindestrichen und Umlauten](#)
 - [rtl-info.be: Falschmeldung über Atomexplosion](#)
 - [Wahlkampflogan: Söder macht's](#)
 - [Kostenlose Checkliste](#)
 - [stefan-kerth.de](#)
 - [Kopftücher unter hc-strache.at](#)
 - [afd-ostfriesland.de: Refugees welcome * Bring your families](#)

Wenn Deutsche ihre [Domain registrieren](#), setzen sie oft einen Bindestrich ein. Er trennt die Worte klar und macht die Domain lesbarer und leichter zu merken. Domains ohne Bindestrich bleiben oft links liegen. Doch es kann Sinn ergeben, Bindestriche wegzulassen. In den USA ist genau das normal: Dort registrieren sie ihre Domains ohne Bindestrich. Die US-Domain-Experten nennen den Bindestrich sogar »Todesstrich« (Dash-of-Death). So gut wie niemand kommt auf die Idee, eine Domain mit Bindestrich zu registrieren. Doch auch in Deutschland gibt es Menschen, die keine Bindestriche mögen: Die hessische CDU leitete damals [cdu-hessen.de](#) auf

cduhessen.de weiter und verzichtet heute sogar auf diese wichtige Weiterleitung.

Achten Sie darauf: Wenn Sie eine Domain mit Bindestrich registrieren, sichern Sie sich auch die Variante ohne Bindestrich. Das betrifft Privatpersonen und wichtige Firmen-Domains.

Statistiken zu Bindestrich-Domains

- Unsere [Startup-Domain-Studie](#) ergab, dass 6,8 Prozent aller analysierten deutschen Startup-Domains einen Bindestrich enthalten. Eine vergleichbare Studie für US-Startup-Domains ergab, dass dort nur 0,6 Prozent einen Bindestrich enthalten.
- Verisign, die Vergabestelle für .com gibt an, dass 73 Prozent ihrer täglichen .com-Registrierungen keine Bindestriche oder Zahlen enthalten.
- Laut [datagenetics haben 11,8 Prozent aller .com-Domains einen Bindestrich](#) in der Domain.
- In England (.uk) enthalten laut dem Nominet Domain Name Industry Report **16,3 Prozent aller Domains einen Bindestrich**.
- Der Anbieter Smart Branding gibt an, dass **2,8 % von 1.000 AI-Unternehmen einen Bindestrich** verwenden.

Überlegen Sie bei diesen zwei Fragen, ob Sie beide Domain-Varianten brauchen:

1. Stört es Sie, wenn ein Konkurrent oder ein Namensvetter mit schlechtem Ruf die Domain ohne Bindestrich nutzt?
2. Akzeptieren Sie mehr Kommunikationsaufwand und das Verwirrungsrisiko für Nutzer? Zum Beispiel, wenn Sie am Telefon oder in Gesprächen die richtige Domain erklären müssen.

In den meisten Fällen überwiegen die Nachteile der unterlassenen Registrierung im Vergleich zu den Registrierungskosten. Unternehmen, die sich an deutsche Kunden richten, raten wir deshalb:

Eine zusammengesetzte .de Domain oder .com Domain sollte einen Bindestrich enthalten; sie liest sich so leichter. Registrieren Sie zusätzlich die Version ohne Bindestriche und leiten Sie diese auf die Version mit Bindestrich weiter. Zielt Ihre Domain vor allem auf Nutzer in den USA, dann wählen Sie die Version ohne Bindestriche als Hauptdomain. Leiten Sie in diesem Fall die Version mit Bindestrichen auf die Hauptdomain weiter.

Verwenden Sie für Weiterleitungen ein »[301-Redirect](#)«. So [richten Sie eine Weiterleitung ein](#). Was für Bindestriche gilt, gilt auch für Umlaute: Es lohnt sich, beide Domains zu registrieren, doch nutzen Sie die Domain ohne Umlaute. Sie führt zu weniger Problemen mit E-Mails. Die Domain mit Umlauten sollte auf die Domain ohne Umlaute weiterleiten.

Prominente Verwechslungen zu Bindestrichen und Umlauten

rtl-info.be: Falschmeldung über Atomexplosion

Eine belgische Nachrichtenseite meldete im Design des belgischen Senders RTL Info, im Atomkraftwerk Tihange habe es eine »atomare Explosion« gegeben. Die Falschmeldung wurde unter der Domain rtl-info.be veröffentlicht. Die echte Domain von RTL ist rtlinfo.be, also ohne Bindestrich. Eine Reihe von Menschen glaubte die Falschmeldung und rief die Notrufnummer 112 an. RTL sah sich zu einer Klarstellung gezwungen.

Wahlkampfsllogan: Söder macht's

Die SPD schnappte dem Spitzenkandidaten der CSU den Wahlkampfsllogan »Söder macht's« weg und registrierte gleich vier Domains:

1. soeder-machts.de,
2. soedermachts.de,
3. söder-machts.de und
4. södermachts.de

und leitete alles auf die Domain soeder-machts.de weiter. Die SPD registrierte alle sinnvollen Varianten, also mit/ohne Bindestrich und mit/ohne Umlaut.

Die Reaktion der CSU – auf den Hashtag #derechtesoedermachts und die Domain derechtesoedermachts.de auszuweichen – verlief ernüchternd. Obwohl alle vier wichtigen Domains (derechtesoedermachts.de, der-echte-soeder-machts.de, derechtesödermachts.de und der-echte-söder-machts.de) registriert wurden, unterschätze die CSU die Arbeitsweise des menschlichen Gehirns Muster zu suchen und zu ergänzen. So lasen viele User nicht »der echte Söder macht's« sondern »der **rechte** Söder macht's«. Hier finden Sie die ganze Geschichte: [Wie die CSU verzweifelt versucht, den PR-Streich der SPD auszubügeln.](#)

Bindestriche aus der SEO-Perspektive

Aus der **Google-SEO-Perspektive** haben Bindestriche in der Domain keine nennenswerte Auswirkungen.

[John Mueller auf Mastodon](#)

John Mueller antwortet auf die Frage: »In the domain name, is the use of dash (–) recommended or not?«.

– *It's fine*

– *Pick a domain name for your brand for the long run, don't*

just collect keywords (the common reason for dashes). Build out a domain.

[...]

– Your domain name is never going to make or break your SEO.

Nach seiner Auffassung haben Bindestriche keine Relevanz für das Ranking.

[Search of the Record. Episode 62](#)

Martin Splitt: But would you rather click on passport-photos.com or passportphotos.com?

Gary Illyes: Anything that's in the URL can be technically manipulated by the site owner. So we probably don't want to put that much weight on that kind of input. Which means that in ranking, it might not help as much as people think it does. [...] So basically, whether you put a dash there or not, from a Google or Steve perspective, not or, and perspective, it shouldn't matter. [...] But then if you go down the UX perspective, then having the domain name with a dash is probably more readable.

Fazit aus der SEO-Perspektive

Die Frage, ob man einen Bindestrich in der Domain verwenden sollte, wird und sollte nicht von der SEO-Strategie geprägt sein. Ein Bindestrich ist kein SEO-Relevanzkriterium. Auch Illyes hebt die bessere Lesbarkeit hervor, obwohl in den USA in Domain selten Bindestriche verwendet werden.

stefan-kerth.de

Die Ostsee-Zeitung berichtete über den Wahlkampf in Vorpommern-Rügen. Danach registrierte ein Mitglied der CDU Vorpommern-Rügen zwei Domains, die dem Namen des SPD-Kandidaten Stefan Kerth entsprachen: stefan-kerth.de mit und ohne Bindestrich. Der Registrant machte die Rückgabe der

Domains an die SPD von einer Spende an die Stralsunder Kitas abhängig.

Kopftücher unter hc-strache.at

Heinz-Christian Strache war der österreichische Bundesminister für öffentlichen Dienst und Sport und Parteivorsitzender der rechtspopulistischen Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und forderte ein Kopftuchverbot für öffentliche Bildungseinrichtungen. Unter der Domain hc-strache.at wurde daraufhin ein [Webshop für Kopftücher](#) angekündigt. Die Erlöse sollten Flüchtlingen zu Gute kommen. Der Streit [eskalierte](#) mit einem Antrag auf eine einstweilige Verfügung und Unterlassung durch Herrn Strache. Die Domainvariante ohne Bindestrich leitete damals auf die URL der FPÖ.

afd-ostfriesland.de: Refugees welcome * Bring your families

Der Herausgeber einer philosophischen Zeitung registrierte die Domain www.afd-ostfriesland.de und platzierte einen AfD-inkompatiblen Text prominent auf der Website: »Refugees welcome * Bring your families«. Die Domain wurde inzwischen auf die AfD übertragen. Die Domain ohne Bindestrich (www.afdostfriesland.de) ist frei.

So senden Sie automatisierte E-Mails in WordPress



How to Send Automated Email in WordPress

TUTORIAL



How to Send Automated Email in WordPress

If you want to send automated email from your WordPress site, follow these simple tutorials for 6 different ways to automate your WordPress emails.

Suchen Sie nach einer einfachen Möglichkeit, automatisierte E-Mails von Ihrer WordPress-Site aus zu versenden?

Wenn Sie ein Online-Geschäft betreiben, sind E-Mails von entscheidender Bedeutung, um mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben, Bestellbestätigungen und Lieferaktualisierungen zu senden, Kontoinformationen und andere wichtige Nachrichten zu übermitteln.

In dieser Anleitung zeigen wir Ihnen, wie Sie die E-Mail-Automatisierung in WordPress einrichten, damit Sie viele dieser Nachrichten automatisch versenden können, was Zeit spart und Ihre Geschäftsabläufe optimiert.

[Korrigieren Sie jetzt Ihre WordPress-E-Mails](#)

Welche Arten von automatisierten E-Mails

kann ich in WordPress einrichten?

Mit dem richtigen E-Mail-Dienst und dem richtigen Automatisierungs-Plugin können Sie verschiedene Arten automatisierter E-Mails versenden, z. B. Updates, Newsletter, Benachrichtigungen, Erinnerungen, Drip-Kampagnen, Transaktions-E-Mails und mehr.

In diesem Leitfaden haben wir Tutorials für mehrere E-Mail-Automatisierungstools eingefügt, um verschiedene Möglichkeiten zum Versenden automatisierter E-Mails in WordPress für verschiedene Zwecke zu demonstrieren.

So senden Sie automatisierte E-Mails in WordPress

Hier finden Sie eine Übersicht über die Tutorials und Plugins, die wir in diesem Handbuch behandeln:

In diesem Artikel

- [Konfigurieren Sie Ihre Website für die E-Mail-Zustellbarkeit](#)
- [Beispiel 1: Senden Sie mit WPForms eine Willkommens-E-Mail an einen neuen Abonnenten](#)
- [Beispiel 2: Automatisierte Drip-E-Mails mit ständigem Kontakt versenden](#)
- [Beispiel 3: Versenden Sie gezielte Marketingkampagnen mit OptinMonster](#)
- [Beispiel 4: Automatische Bereitstellung digitaler Produkte mit einfachen digitalen Downloads](#)
- [Beispiel 5: Senden Sie automatisierte Transaktions-E-Mails mit FunnelKit-Automatisierungen](#)
- [Beispiel 6: Automatisierte E-Mails mit Uncanny Automator versenden](#)

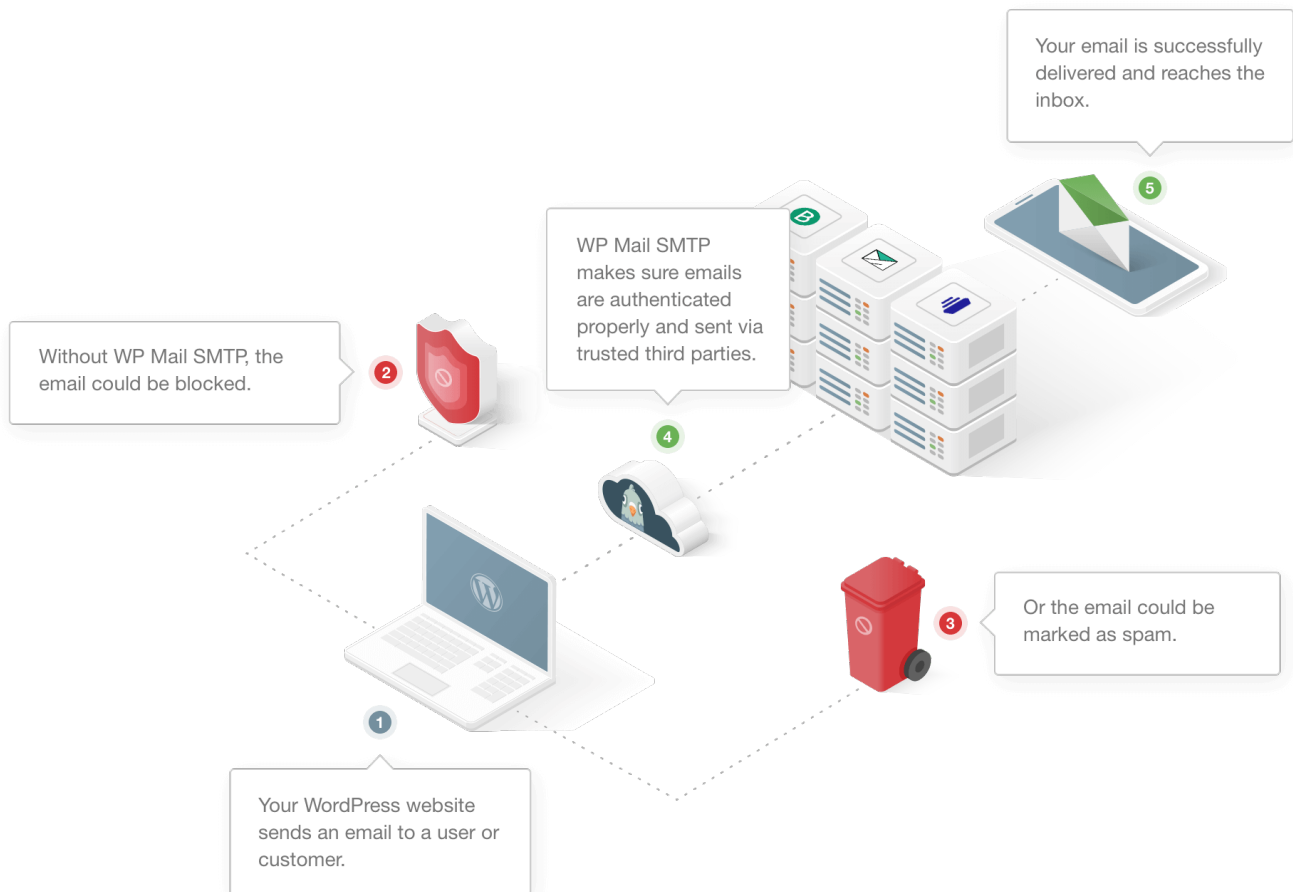
Konfigurieren Sie Ihre Website für die E-Mail-Zustellbarkeit

Bevor Sie etwas anderes tun, müssen Sie unbedingt sicherstellen, dass Ihre WordPress-Site so eingerichtet ist, dass E-Mails so versendet werden, dass die Zustellbarkeit maximiert wird.

Obwohl WordPress E-Mails generieren und versenden kann, ohne dass ein Drittanbieterdienst oder Plugin erforderlich ist, ist es nicht die beste Idee, sich allein auf WordPress zu verlassen.

Dies liegt daran, dass WordPress zum Versenden von E-Mails die PHP-Mail-Funktion verwendet, eine sehr grundlegende Funktion, die nicht von allen Hosting-Anbietern unterstützt wird.

Da per PHP-Mail gesendete E-Mails nicht authentifiziert werden, besteht auch eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass sie als Spam markiert werden. Selbst wenn Ihre Website E-Mails erfolgreich versenden kann, erreichen diese möglicherweise nicht den beabsichtigten Empfänger. Der einfachste Weg, dieses Problem zu beheben, ist die Installation des WP Mail SMTP-Plugins.



WP Mail SMTP funktioniert durch den Versand von E-Mails über einen SMTP-Mail-Dienst eines Drittanbieters wie SendLayer, Gmail oder SMTP.com. Diese Mailer authentifizieren E-Mails, sodass sie nicht als Spam markiert werden und jedes Mal den Posteingang des Empfängers erreichen.

[Korrigieren Sie jetzt Ihre WordPress-E-Mails](#)

Vollständige Anweisungen zur Installation und Konfiguration von WP Mail SMTP finden Sie in dieser vollständigen Anleitung zum [Einrichten von WP Mail SMTP](#) mit einem beliebigen Host.

Beispiel 1: Senden Sie mit WPForms eine Willkommens-E-Mail an einen neuen Abonnenten

Drag & Drop WordPress Form Builder

Join 6,000,000+ Professionals Who Build Smarter Forms and Surveys with WPForms



Contact
Forms



Payment
Forms



Survey
Forms



Newsletter
Forms



Registration
Forms



Over 800
Templates

[Get WPForms Now](#)

[Watch Video](#)

[WPForms](#) ist das beste Formularerstellung-Plugin für WordPress, da es einfach zu verwenden ist und über leistungsstarke Funktionen verfügt.

Das WPForms-Plugin enthält außerdem Hunderte vorgefertigter Formularvorlagen, sodass Sie in nur wenigen Minuten ein E-Mail-Abonnementformular auf Ihrer WordPress-Site veröffentlichen und bereit zum Sammeln von E-Mails erhalten können.

Die kostenlose Version des Plugins verfügt außerdem über eine integrierte Integration mit Constant Contact, sodass Sie E-Mail-Adressen aus Ihrem Anmeldeformular direkt zu Ihrer Mailingliste hinzufügen können. Sie können [auf WPForms Pro upgraden](#), wenn Sie einen anderen E-Mail-Marketingdienst wie AWeber oder Mailchimp nutzen möchten.

1. Installieren Sie WPForms

Beginnen Sie mit der Installation und Aktivierung des WPForms Lite-Plugins. Wenn Sie dabei Hilfe benötigen, können Sie dieser [Einsteigeranleitung zur Installation eines WordPress-Plugins](#) folgen.

2. Erstellen Sie ein E-Mail-Anmeldeformular

Sobald Sie WPForms installiert haben, gehen Sie zu **WPForms » Neu hinzufügen**, um auf den Formularersteller zuzugreifen.

Geben Sie oben im Formularersteller einen Namen für Ihr Formular ein (z. B. „Newsletter abonnieren“ ist in Ordnung) und geben Sie „Newsletter“ in die Suchleiste links ein, um das Newsletter-Anmeldeformular zu **finden** . Klicken Sie auf die Schaltfläche **Vorlage verwenden** .

Select a Template

To speed up the process you can select from one of our pre-made templates, start with a [blank form](#) or [create your own](#). Have a suggestion for a new template? [We'd love to hear it!](#)

Search: newsletter

All Templates 843

Available Templates 64

New Templates 190

Business Operations 470

Customer Service 91

Education 87

Entertainment 61

Event Planning 107

Feedback 49

Health & Wellness 61

Newsletter Signup Form

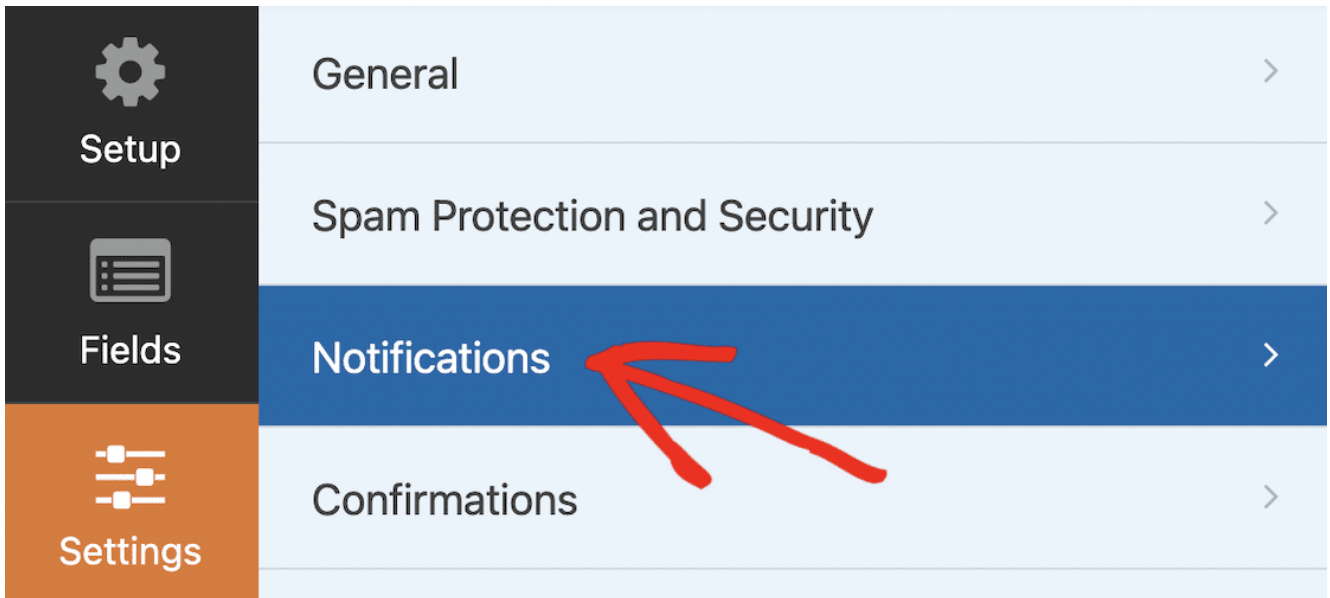
Constant Contact Newsletter Signup Form

Use Template

View Demo

3. Erstellen Sie eine Willkommens-E-Mail-Benachrichtigung

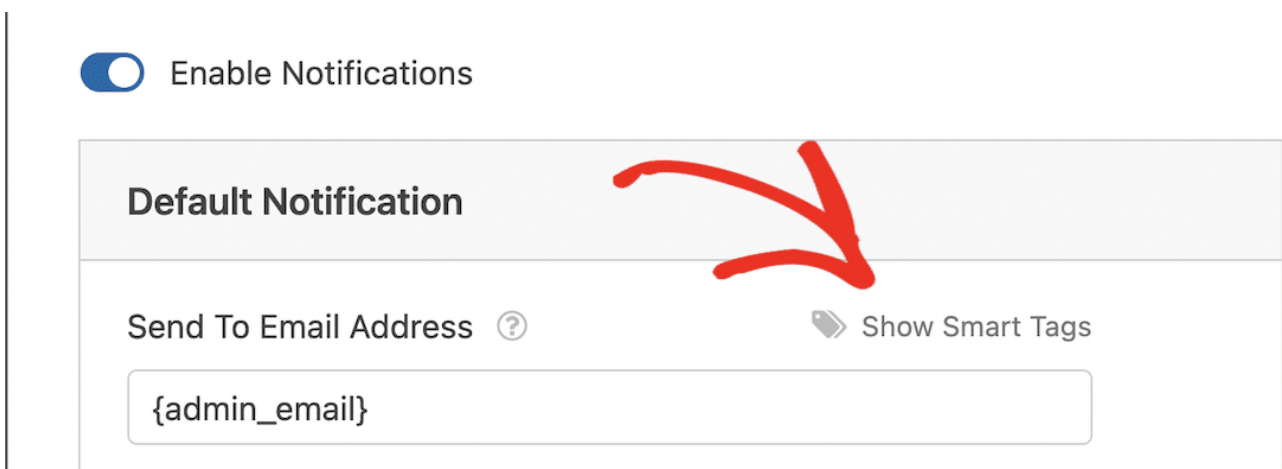
Klicken Sie im Formularersteller auf die Registerkarte „Einstellungen“ und dann auf „Benachrichtigungen“.



Standardmäßig generiert WPForms bereits eine E-Mail und sendet sie an den Site-Administrator, wenn jemand ein mit dieser Vorlage erstelltes Formular absendet.

Um mehrere Benachrichtigungs-E-Mails zu senden, müssen Sie ein Upgrade auf WPForms Pro durchführen. Sie können die Standardbenachrichtigung jedoch bearbeiten, um sie stattdessen in eine Willkommens- oder erste E-Mail für den Benutzer umzuwandeln.

Stellen Sie zunächst sicher, dass „ **Benachrichtigungen aktivieren**“ **aktiviert** ist , und klicken Sie dann auf den Link „**Smart Tags anzeigen** “ neben der **Beschriftung** „**An E-Mail-Adresse senden**“ .



Klicken Sie unter „**Verfügbare Felder**“ auf „**E-Mail**“ . Dadurch wird die im Formular eingegebene E-Mail-Adresse als E-Mail-

Adresse festgelegt, an die die Benachrichtigung gesendet werden soll.

Send To Email Address 

 Hide Smart Tags

Available Fields

Email 

Wenn Sie nicht möchten, dass der Administrator jedes Mal, wenn sich ein Benutzer anmeldet, auch eine Dankes-E-Mail erhält, löschen Sie „{admin_email}“ aus dem Feld „ **An E-Mail-Adresse senden**“ . Oder Sie können es belassen und die beiden E-Mail-Adressen durch ein Komma trennen, wenn Sie dieselbe Nachricht an die Administrator-E-Mail senden möchten.

Send To Email Address 

 Show Smart Tags

{admin_email}, {field_id="2"}

Ändern Sie die **E-Mail-Betreffzeile** , **den Absendernamen** und **die E-Mail-Nachricht** in etwas, das besser für eine Willkommens-E-Mail geeignet ist.

Sie können den in das Formular eingegebenen Namen und die E-Mail-Adresse als Teil der Nachricht hinzufügen. Sie können diese wie oben beschrieben über die Smart Tags eingeben. Wenn Sie weitere Hilfe benötigen, können Sie sich die [Smart-Tags-Dokumentation](#) zu WPForms ansehen.

So könnte Ihre E-Mail-Nachricht beispielsweise aussehen:

Email Message


 Show Smart Tags

Hi {field_id="1"}!

Thanks for signing up to our newsletter! If you have any questions or comments, feel free to get in touch!

(By the way, this email was sent to {field_id="2"} because you signed up at our site, example.com. If this was a mistake, please let us know and we'll remove you from our list.)

Ändern Sie abschließend das Feld „**Antwort an**“ in „{admin_email}“ oder eine andere E-Mail-Adresse, mit der Sie E-Mails von Abonnenten überwachen können.

Reply-To 

 Show Smart Tags

{admin_email}

Klicken Sie oben im Formularersteller auf die Schaltfläche „**Speichern**“, um Ihre Änderungen zu speichern.

Sobald dies erledigt ist, sollte Ihre E-Mail-Benachrichtigung vollständig eingerichtet und einsatzbereit sein. Stellen Sie sicher, dass Sie [die Übermittlung eines Formulars testen](#), um zu überprüfen, ob beide E-Mails empfangen wurden und wie beabsichtigt aussehen. Die E-Mail sollte etwa so aussehen:

Hi Pattie Paloma!

Thanks for signing up to our newsletter! If you have any questions or comments, feel free to get in touch!

(By the way, this email was sent to pattie@wpmailsmtp.com because you signed up at our site, example.com. If this was a mistake, please let us know and we'll remove you from our list.)

Sie haben jetzt ein Anmeldeformular, das eine Dankes-E-Mail sendet, den Benutzer jedoch nicht automatisch zu Ihrer E-Mail-Liste hinzufügt.

Folgen Sie dazu dem nächsten Beispiel, das Sie durch den Prozess der Verknüpfung von WPForms mit Constant Contact und dem Versenden automatisierter Marketing-E-Mails an Ihre Liste führt.

Beispiel 2: Automatisierte Drip-E-Mails mit ständigem Kontakt versenden

Automate your success.

Use AI to write your campaigns, automate your connections with contacts, and see who your best contact is. All with the Standard plan.

Login

AI Content ✓

Automation Tools

Big Sale, Today Only

86% Open Rate

Beim Drip-Marketing wird nach einem festgelegten Zeitplan eine Reihe vorgefertigter automatisierter E-Mails als „Drops“ an

einen Abonnenten gesendet.

Drip-E-Mail-Marketingkampagnen sind eine großartige Möglichkeit, Ihre Follower zu binden und die Bindungsrate zu steigern, da sie regelmäßig E-Mails von Ihnen erhalten. Außerdem sparen Sie viel Zeit, denn sobald Sie die E-Mails erstellt und in einer E-Mail-Marketing-Plattform eingerichtet haben, werden sie automatisch und ohne weitere Arbeit Ihrerseits an die Abonnenten versendet.


Wir empfehlen die Verwendung von [Constant Contact](#) für Ihre E-Mail-Marketing-Automatisierung, da Sie kostenlos damit beginnen können und es in WPForms Lite integriert ist. Sie können eines von mehreren E-Mail-Automatisierungstools wie Drip, Brevo, AWeber oder eine andere E-Mail-Marketing-Plattform verwenden, wenn Sie dies bevorzugen.

Damit Sie es wissen: Sie müssen Ihr Constant Contact-Konto aktualisieren, um auf Automatisierungsvorlagen und benutzerdefinierte Automatisierungen zugreifen zu können.











Bevor Sie beginnen, stellen Sie sicher, dass Sie [die Schritte im vorherigen Beispiel abgeschlossen](#) haben, um ein Opt-in-Formular mit WPForms zu erstellen.

1. Verbinden Sie WPForms mit Constant Contact

Gehen Sie zu **WPForms » Alle Formulare** und klicken Sie auf den **Namen Ihres Anmeldeformulars**, um den Formularersteller zu öffnen.

<input type="checkbox"/> Name
<input type="checkbox"/> Newsletter Signup Form 
Edit Entries Locations Preview Duplicate Trash

Klicken Sie im Formularersteller auf die Registerkarte „Marketing“ und wählen Sie „**Konstanter Kontakt**“ für die Marketingintegration.

 Setup	 Constant Contact >
 Fields	 Uncanny Automator >
 Settings	 ActiveCampaign >
 Marketing	 AWeber >
 Payments	 Campaign Monitor >

Wenn Sie noch kein Constant Contact-Konto haben, klicken Sie auf die **Schaltfläche Constant Contact kostenlos testen** , um ein Konto zu erstellen. Sobald Sie ein Konto haben, klicken Sie auf **Neue Verbindung hinzufügen** .

Constant Contact

Add New Connection



Get the most out of WPForms — use it with an active Constant Contact account.

Try Constant Contact for Free

[Learn more about the power of email marketing.](#)

Geben Sie einen Namen für die Verbindung ein und klicken Sie auf **OK** .

A modal dialog box with a white background and a blue border. At the top center is a blue circular icon containing a white lowercase letter 'i'. Below the icon, the text 'Enter a connection nickname' is centered. Underneath is a text input field with a light grey border and rounded corners, containing the placeholder text 'Eg: Newsletter Optin'. At the bottom of the dialog are two buttons: a blue button with the text 'OK' and a light grey button with the text 'Cancel'.

Folgen Sie dem Link, um WPForms bei Constant Contact zu registrieren, geben Sie den Autorisierungscode und den Konto-




Spitznamen ein und klicken Sie auf „**Verbinden**“ .

Because Constant Contact requires external authentication, you will need to register WPForms with Constant Contact before you can proceed.

[Click here to register with Constant Contact](#)

Connect

Wählen Sie in Constant Contact das Konto und die Liste aus, für die Sie Newsletter-Anmeldungen speichern möchten.

Newsletter Optin 
Select Account
<input type="text" value="Newsletter optin"/> 
Select List
<input type="text" value="General Interest"/> 

Wählen Sie die Namens- und E-Mail-Felder aus Ihrem Formular aus, um sie den entsprechenden Feldern in Constant Contact zuzuordnen.

List Fields

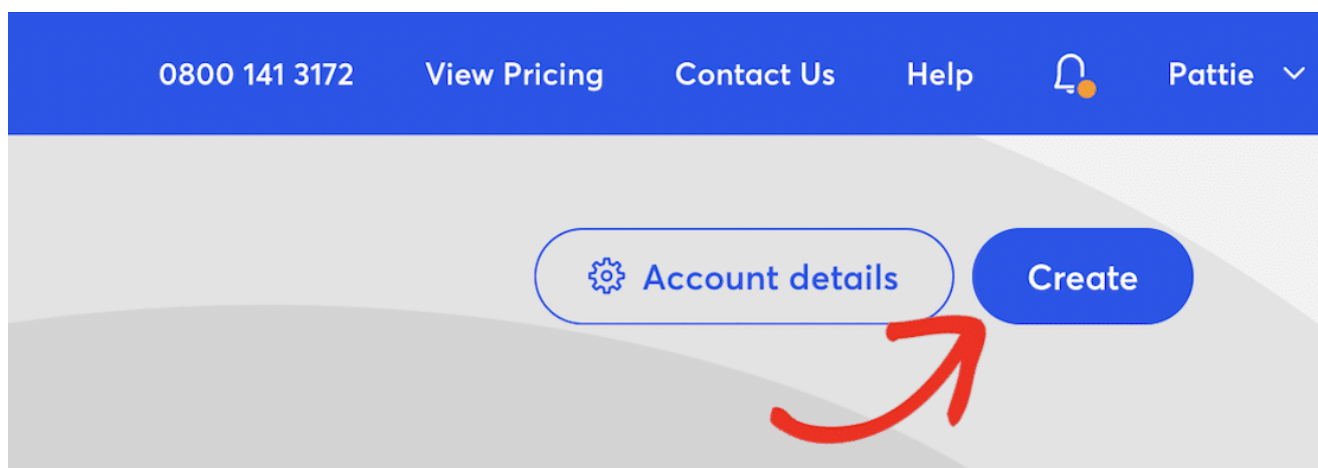
List Fields	Available Form Fields
Email *	Email <input type="text"/>
Full Name	Name (Full) <input type="text"/>
First Name	Name (First) <input type="text"/>
Last Name	Name (Last) <input type="text"/>

Klicken Sie abschließend oben im Formularersteller auf die Schaltfläche **„Speichern“** .

Wenn Sie weitere Hilfe benötigen oder bei irgendeinem Schritt dieses Prozesses nicht weiterkommen, befolgen Sie die [detaillierten Integrationsanweisungen](#) auf WPForms.

2. Erstellen Sie Ihre Drip-Kampagne

Melden Sie sich bei Ihrem Constant Contact-Konto an und klicken Sie oben rechts auf die Schaltfläche **„Erstellen“** .



Wählen Sie im Popup-Fenster **„Automatisierungen“** aus.

Choose a campaign



Email

Create professional emails to send to targeted groups of your contacts.



Automations New

Save time and keep your contacts engaged. Send emails & texts automatically after users click, join, or purchase.



Social Post

Get the word out wide. Post to all your favorite social media accounts.



Ads

Find your audience. Advertise your brand, business, or community.

Constant Contact bietet mehrere vorgefertigte Vorlagen für automatisierte Abläufe, einschließlich E-Mails und SMS, oder Sie können Ihre eigenen erstellen. Klicken Sie auf **Benutzerdefinierten Pfad erstellen**.

<p>Create custom path Build from scratch</p> <p>Select triggers and actions to build a path just the way you want.</p> <p>Get started</p>	<p>Welcome: SMS Email and SMS</p> <p>Reach out to your new contacts through the method that works best for them.</p> <p>Preview</p>	<p>Anniversary: SMS Email and SMS</p> <p>Send an email or text message to your contacts on or before their anniversary.</p> <p>Preview</p>
<p>Birthday: SMS Email and SMS</p> <p>Send an email or text message to your contacts on or before their birthday.</p> <p>Preview</p>	<p>Welcome: Basic Nurture new subscribers</p> <p>Say hello to your new contacts and give them more information or a deal.</p> <p>Preview</p>	<p>Anniversary: Basic Congratulate your contacts</p> <p>Send a note, offer, or reminder to your contacts on or before their anniversary.</p> <p>Preview</p>

Wählen Sie den Auslöser aus, um die E-Mail-Sequenz zu starten. Dies ist ein Datum oder etwas, das der Benutzer tut und das die Automatisierungen auslöst. Für dieses Beispiel benötigen wir **Subscribes for email**.

Create a custom path



When should your contact start this path?

All

Shopping activity

Contact activity

Calendar date

Subscribes for email

- Welcome new subscribers
- Send an offer or introduction

Order placed

- Thank contact for purchases
- Re-engage lapsed customers

Anniversary

- Congratulate your contacts
- Send an offer or reminder

Abandons their cart

- Recover revenue
- Show items in cart

Order fulfilled

- Request a review
- Cross-sell to customers

Birthday

- Wish subscribers happy birthday
- Send on or before the big day

Cancel

Next

Geben Sie einen Namen für Ihre Automatisierung ein und klicken Sie auf **Pfad erstellen** .

Create a custom path

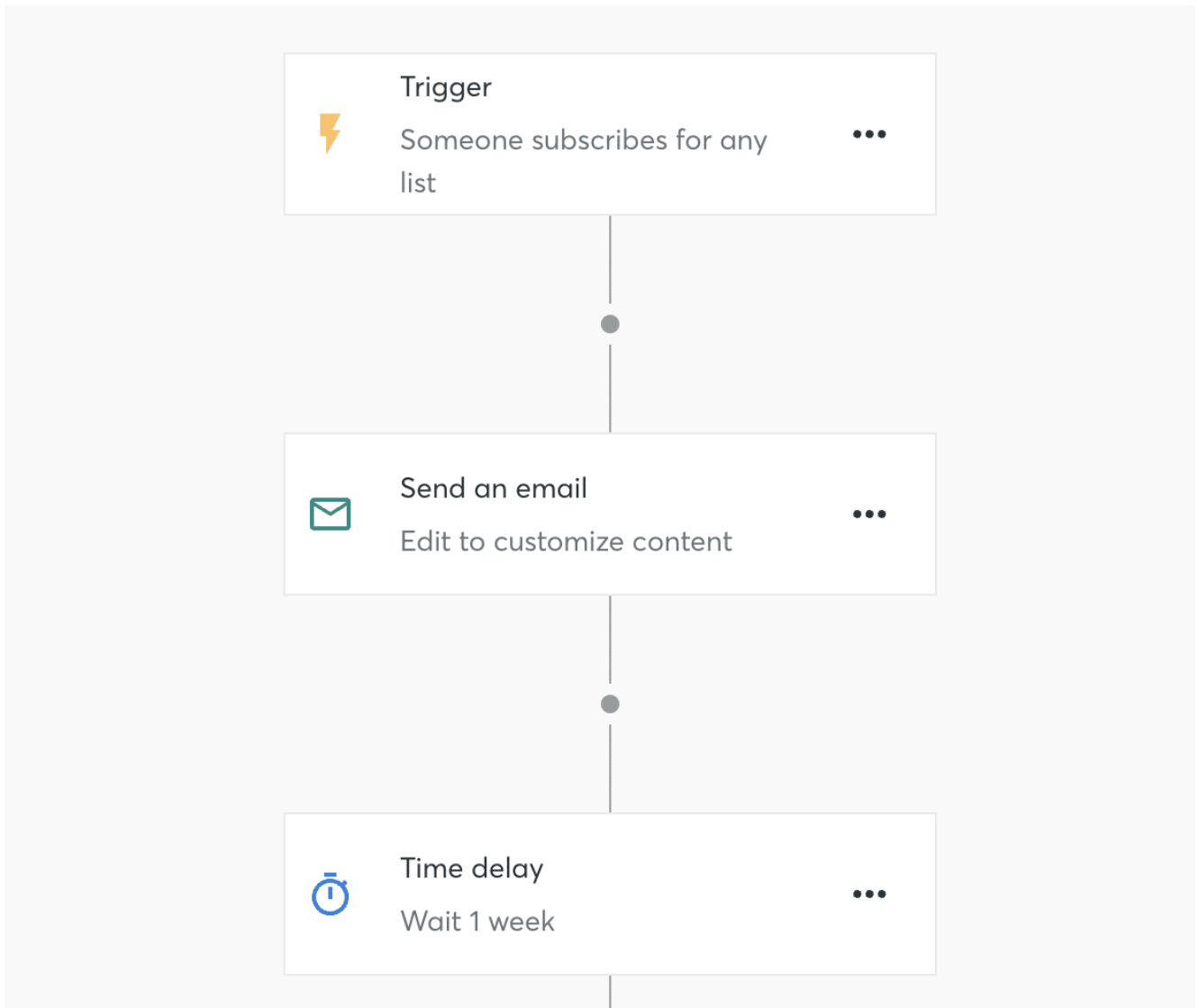
Name your path

New subscriber sequence

Go back

Create path

Sie können jetzt den **Drag-and-Drop-Sequenz-Builder** verwenden, um Ihre **Drip-Kampagne** zu erstellen, indem Sie **E-Mail- Aktionen** und **Zeitverzögerungsregeln** per Drag-and-Drop verschieben, bis Sie so viele E-Mails hinzugefügt haben, wie Sie möchten.



Sie können auf die drei Punkte rechts neben jeder Aktion und Zeitverzögerung klicken, um sie zu bearbeiten.

Wenn Sie die Aktion „**E-Mail senden**“ bearbeiten, werden Sie durch den Prozess der Erstellung einer neuen E-Mail geführt (oder Sie können eine bereits erstellte E-Mail kopieren).

Geben Sie zunächst einen Namen für Ihre E-Mail ein.

Send an email

Create a new email Copy an existing email

Name your new email

New subscriber 1

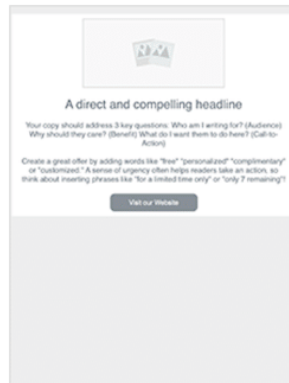
Cancel

Continue

Wählen Sie als Nächstes eine Vorlage für Ihre E-Mail.



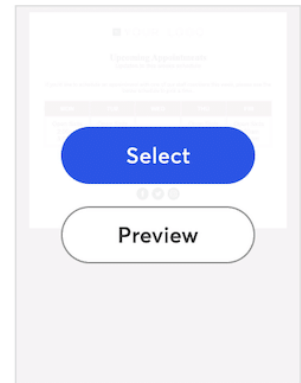
Blank



Basic Note



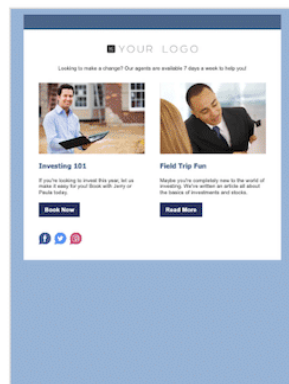
AAPI Heritage...



Admin Calendar



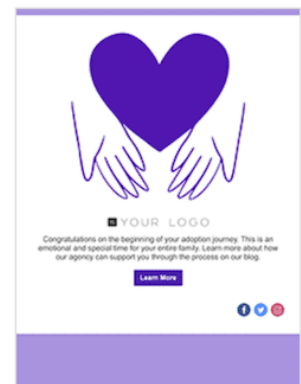
Admin Card



Admin Newsle...



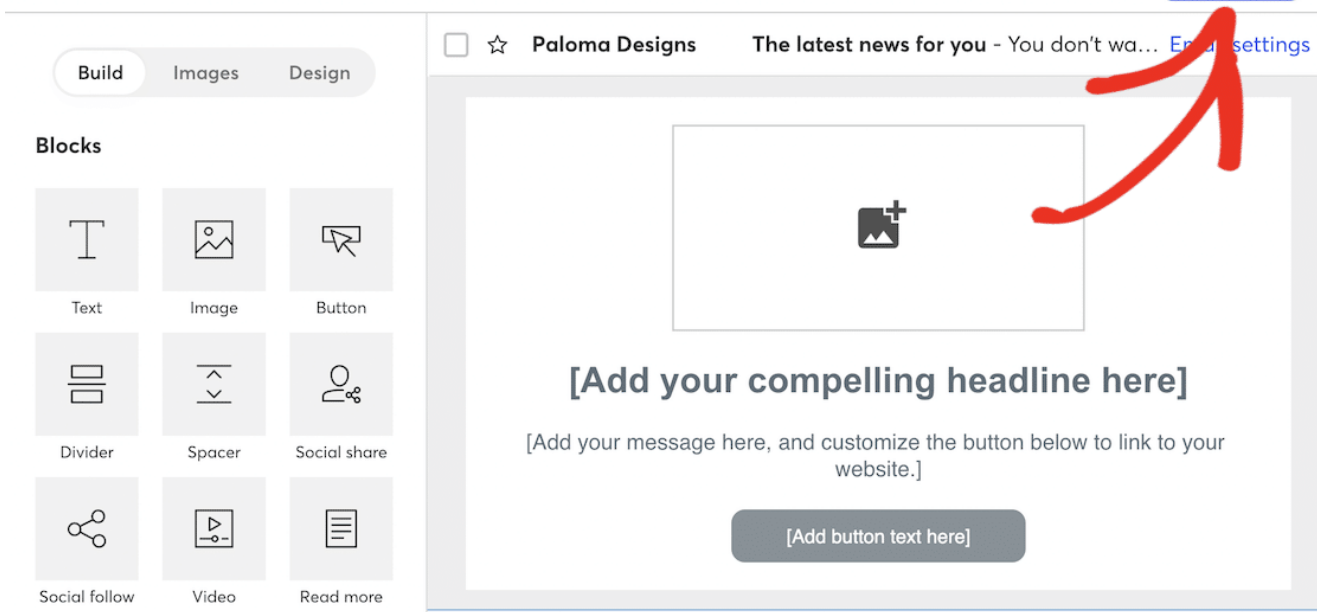
Admin Review...



Adoption Card



Dadurch gelangen Sie zum visuellen E-Mail-Designer von Constant Contact, wo Sie neue Elemente wie Bilder und Layouts per Drag-and-Drop verschieben und den Text anpassen können. Wenn Sie fertig sind, klicken Sie oben rechts auf die Schaltfläche „Speichern und schließen“, um zum E-Mail-Sequenz-Builder zurückzukehren.



Um das Intervall zwischen E-Mails zu bearbeiten, klicken Sie auf die drei Punkte bei der zu bearbeitenden **Zeitverzögerung**. Sie können ein Intervall nach Ihren Wünschen in Minuten, Stunden, Tagen, Wochen oder Monaten festlegen.

Set a time delay

Choose how long a contact will wait before moving forward.

Delay for

Cancel

Save

Fügen Sie so lange, durch Zeitverzögerungen getrennt, Aktionen zum Senden **einer E-Mail hinzu**, bis Sie Ihre **gesamte Sequenz abgeschlossen haben**. Sie können bei Bedarf bedingte Regeln hinzufügen und eine komplexere Sequenz erstellen. Sie können beispielsweise festlegen, dass einem Abonnenten nur dann eine E-Mail gesendet wird, wenn dieser auf Links in Ihrer E-Mail klickt.

Wenn Sie mit der Bearbeitung Ihrer Sequenz fertig sind, klicken Sie auf die Schaltfläche **„Aktivieren“**. Wenn Sie das

kostenlose Constant Contact-Konto nutzen, werden Sie aufgefordert, Ihr Konto zu aktualisieren, bevor Sie Ihre Kampagne aktivieren können, oder Sie können auf **Speichern und schließen** klicken , um später darauf zurückzukommen.

The screenshot shows the 'New subscriber sequence' setup screen. At the top, there are navigation buttons: 'Settings', 'Save', 'Save & close', and a blue 'Activate' button. A red arrow points from the 'Activate' button to the 'Trigger' step in the sequence builder. The 'Path builder' on the left lists available actions and rules. The main sequence builder shows three steps: a trigger, an email action, and a time delay action.

Path builder

Actions

- Send an email
- Update contact details
- Send an SMS

Rules

- Time delay

Trigger

- Someone subscribes for any list

Send an email

- New subscriber 1

Time delay

- Wait 1 week

Nachdem Sie Ihre Kampagne aktiviert haben, stellt Constant Contact sicher, dass die Sequenz korrekt eingerichtet ist, und bittet Sie um eine Bestätigung, bevor sie live geschaltet wird.

Sie haben nun erfolgreich eine automatisierte E-Mail-Kampagne eingerichtet. Ihre Abonnenten erhalten automatisch eine Reihe von E-Mails, wenn sie sich zu dem von Ihnen festgelegten Zeitplan für Ihren Newsletter entscheiden. Sie können sich jederzeit abmelden, um weitere E-Mails abzubestellen.

Beispiel 3: Versenden Sie gezielte Marketingkampagnen mit OptinMonster

Convert and Monetize Your Website Traffic

Stop losing visitors! *Instantly* grow your email list, get more leads and increase sales with the #1 most powerful conversion optimization toolkit in the world.



[Get OptinMonster Now](#)

[Watch the video](#)

The OptinMonster Effect!

[OptinMonster](#) ist das beste Plugin zur Lead-Generierung für WordPress. Sie können damit hochkonvertierende Anmeldeformulare in Form von Popups, Slide-Ins, Floating Bars, Landing Pages, Willkommensmatten und anderen auffälligen Möglichkeiten erstellen, um Ihre E-Mail-Liste zu erweitern.

Das Plugin verfügt außerdem über leistungsstarke Tools für A/B-Tests und zur Segmentierung Ihrer E-Mail-Liste nach Benutzerstandort, bestimmten Aktionen, Gerät, Empfehlungsquelle und mehr.

Durch die Segmentierung Ihrer Liste mit diesen Informationen können Sie gezieltere Folge-E-Mails an Ihre Zielgruppe und potenzielle Kunden senden, die diese mit größerer Wahrscheinlichkeit in Kunden umwandeln.

1. Installieren und aktivieren Sie das OptinMonster-Plugin

OptinMonster ist ein Premium-Plugin, aber die Pläne beginnen bei nur 9 US-Dollar pro Monat, einschließlich Listensegmentierung und grundlegender Targeting-Regeln.

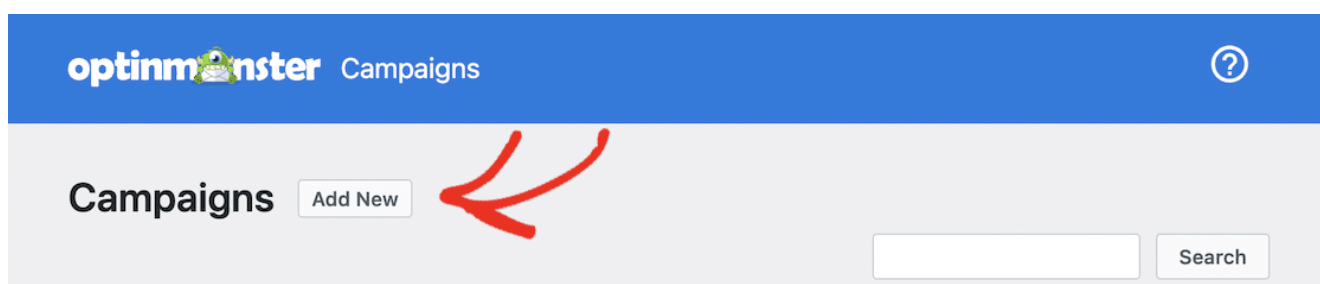
Besuchen Sie die [OptinMonster-Website](#), um das Plugin zu kaufen und Ihr Konto einzurichten.

Sie können das Plugin über Ihr WordPress-Dashboard installieren, indem Sie zu **Plugins » Neu hinzufügen** navigieren und nach „OptinMonster“ suchen. Nachdem Sie das Plugin installiert und aktiviert haben, müssen Sie es mit Ihrem OptinMonster-Konto verbinden, um es verwenden zu können.

Wenn Sie Hilfe bei der Installation oder Verbindung des Plugins benötigen, finden Sie auf der OptinMonster-Website eine [vollständige Installationsanleitung](#) .

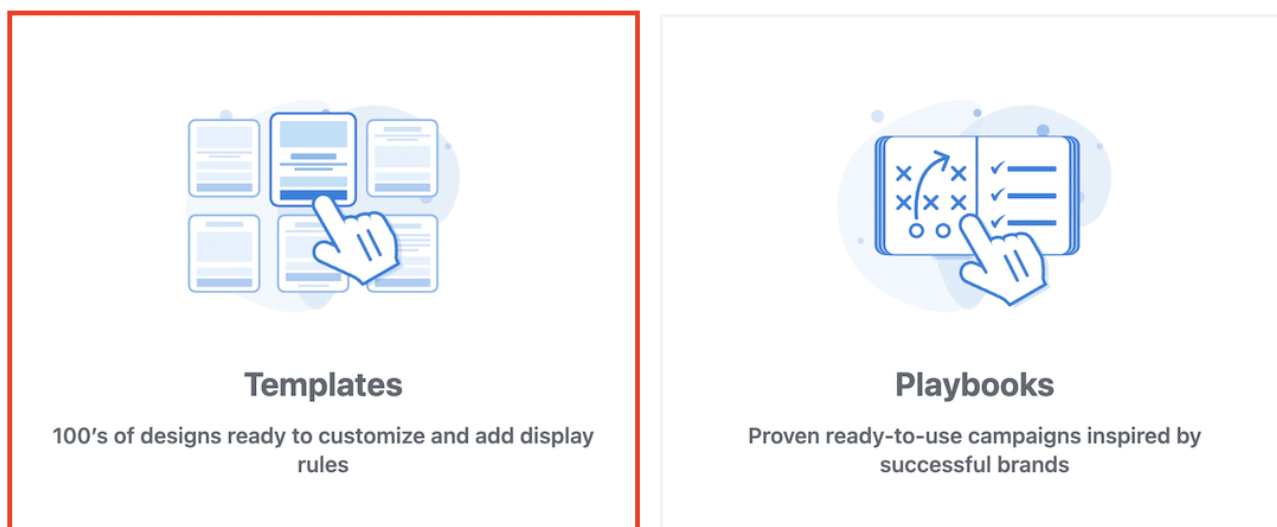
2. Richten Sie eine neue Kampagne ein

Sobald Sie OptinMonster auf Ihrer WordPress-Site eingerichtet haben, navigieren Sie zu **OptinMonster » Kampagnen** und klicken Sie auf die Schaltfläche „**Neu hinzufügen**“ .



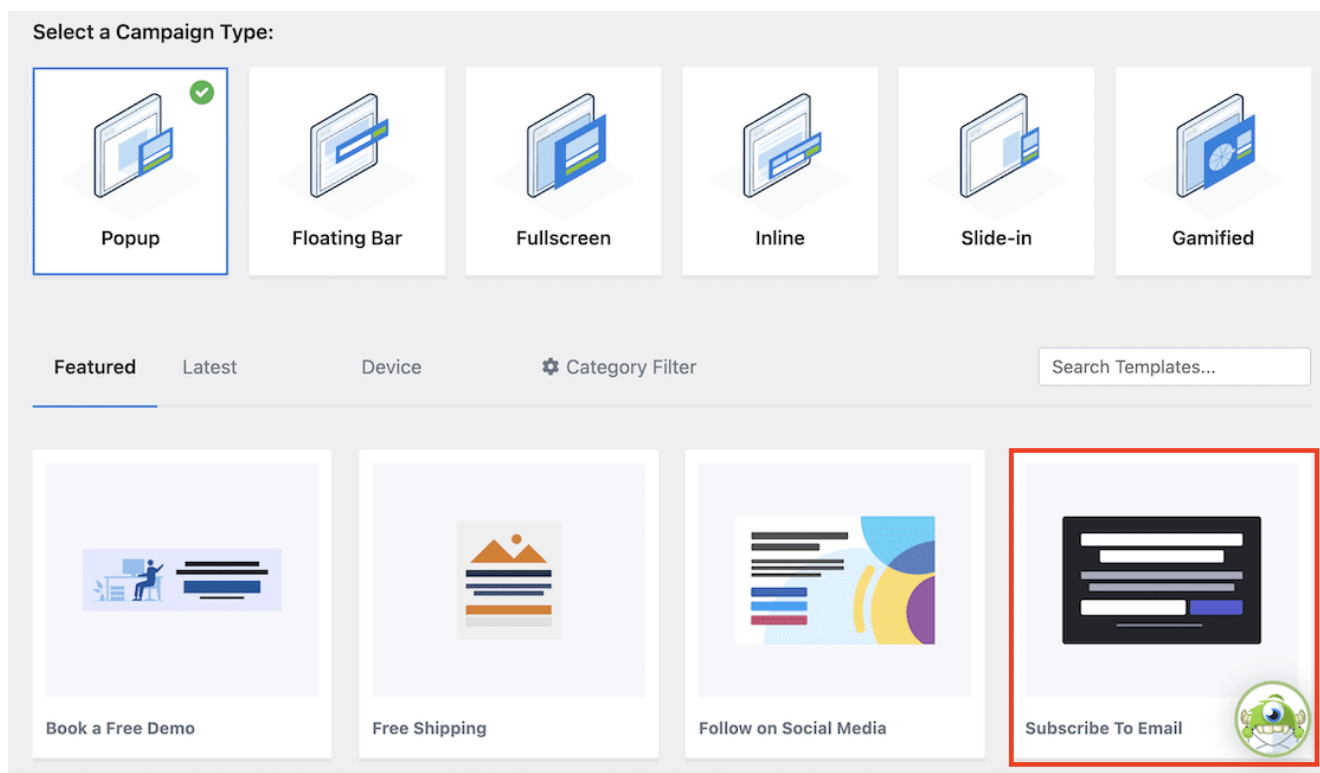
Wählen Sie im Popup „**Vorlagen**“ aus .

Start Creating Your Campaign



Wählen Sie als Nächstes einen Kampagnentyp und eine Vorlage aus.

Für dieses Tutorial wählen wir ein Popup mit der Vorlage „**E-Mail abonnieren**“ aus .



Klicken Sie in der Vorlage „ **E-Mail abonnieren** “ auf die Schaltfläche „ **Vorlage verwenden**“ und geben Sie einen Namen für Ihre Kampagne ein.

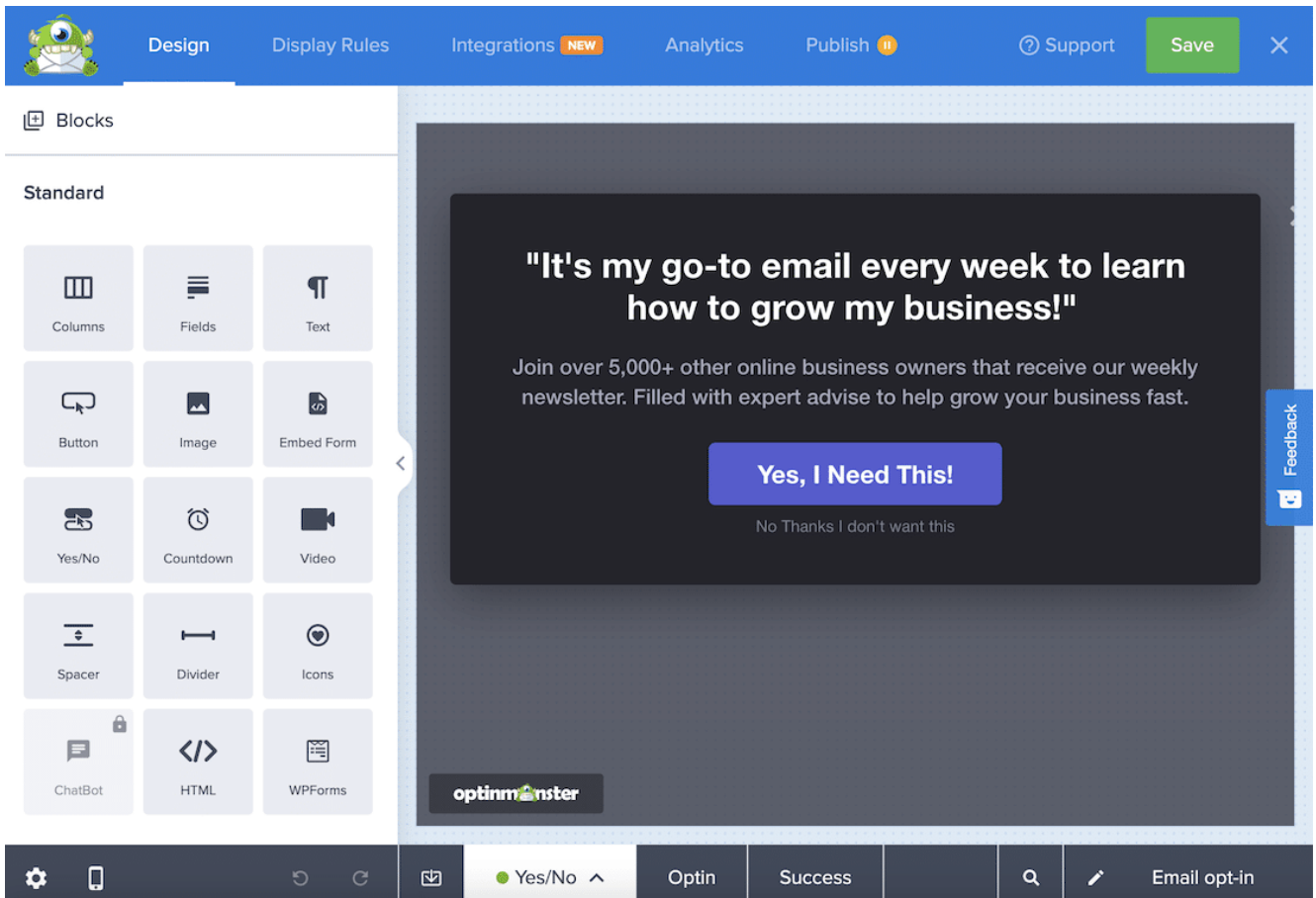
Create Campaign



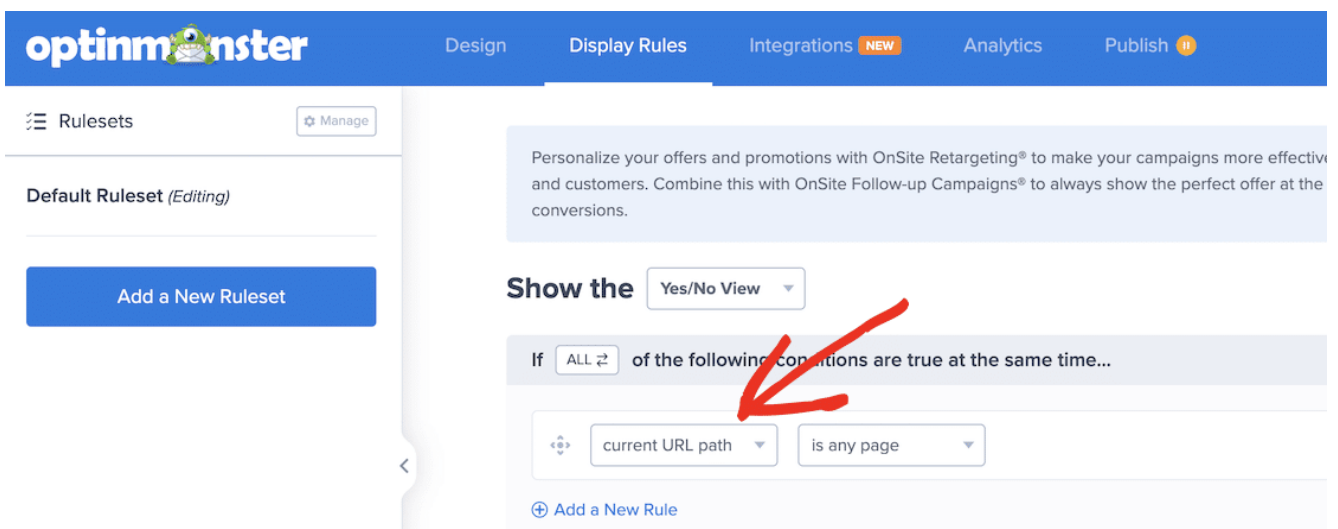
What do you want to call your campaign?

Start Building

Wenn Sie auf die Schaltfläche „**Erstellung starten**“ klicken , werden Sie zum Drag-and-Drop-Kampagnen-Builder von OptinMonster weitergeleitet, mit dem Sie das Design und Verhalten Ihres Popups anpassen können.



Mit den Anzeigeregeln von OptinMonster können Sie dieses Popup so einstellen, dass es nur unter bestimmten Bedingungen angezeigt wird. Klicken Sie auf die Registerkarte „Anzeigeregeln“ und dann auf das Dropdown-Menü „Bedingungen“, um es zu ändern.



Mit OptinMonster haben Sie viele Möglichkeiten für Anzeigeregeln. In diesem Beispiel zeigen wir das Popup nur dann an, wenn sich Benutzer auf einer bestimmten Seite befinden.

Search conditions

Page Targeting SELECTED
Show if your visitor is on a specific page.

Exit Intent®
Show when your visitor tries to leave your site.

New Visitor
Show if your visitor is new to your site.

Returning Visitor
Show if your visitor is not new to your site.

Visitor's Device
Show if your visitor is browsing your site with a specific device.

Popular

- Who (Personalization)
- When (Triggers)
- Where (Targeting)
- OnSite Retargeting
- Ecommerce

Beim Einrichten dieser Bedingung gibt es viel Flexibilität. Sie können es auf eine einzelne Seite oder eine beliebige Seite außer der Startseite beschränken oder URLs angeben, die bestimmte Schlüsselwörter enthalten. Wenn Sie beispielsweise Benutzer dazu ermutigen möchten, sich für Ihren Newsletter anzumelden, während sie Ihren Blog lesen, können Sie die Bedingung auf „aktueller URL-Pfad enthält Blog“ festlegen.

Show the Yes/No View

If ALL of the following conditions are true at the same time...

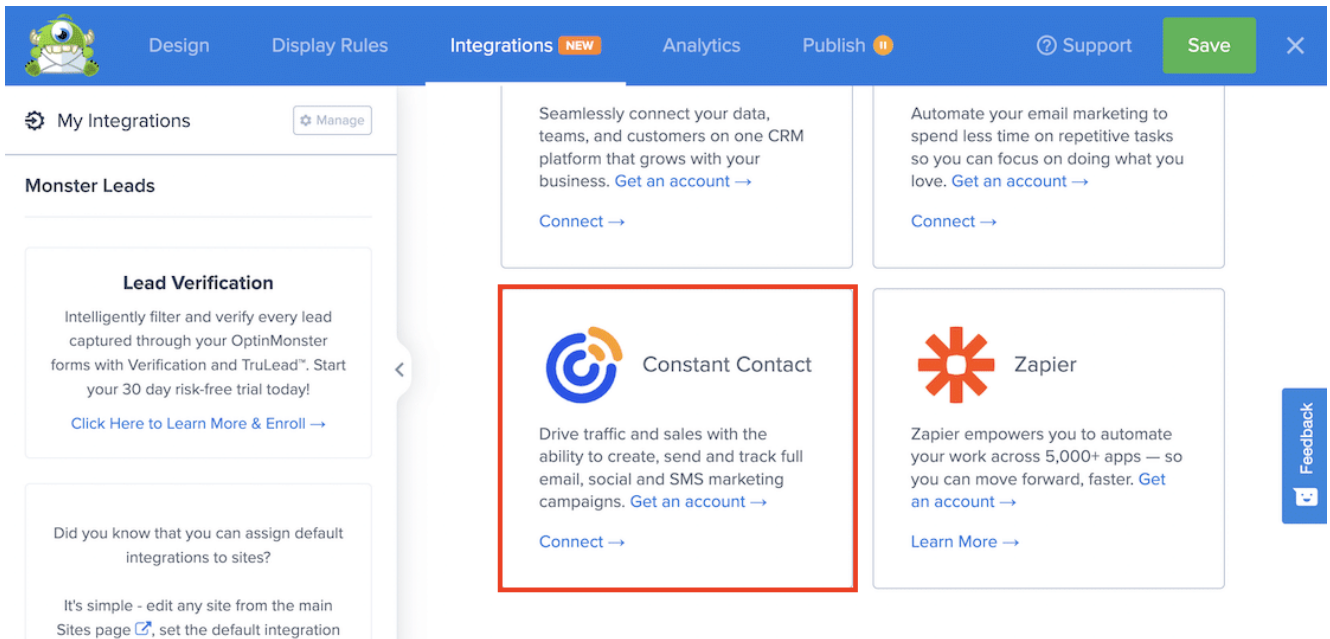
current URL path contains blog

[+ Add a New Rule](#)

Nachdem Sie Ihre Anzeigeregeln eingerichtet haben, klicken Sie auf die Registerkarte „**Integrationen**“, um eine Verbindung zu Ihrer E-Mail-Marketingplattform herzustellen.

3. Verbinden Sie OptinMonster mit Ihrem E-Mail-Marketing-Dienst

Wir werden weiterhin Constant Contact als Beispiel verwenden.



Befolgen Sie weiterhin die Schritte, um eine Verbindung zu Constant Contact herzustellen und Ihr OptinMonster-Konto zu verknüpfen.

Weitere Informationen zur Verwendung von Constant Contact mit OptinMonster finden Sie in diesem vollständigen Tutorial zum [Erstellen eines Constant Contact-Formulars in WordPress](#) .

Mit Hilfe von OptinMonster können Sie Benutzer ganz einfach zu verschiedenen Listen hinzufügen oder sie basierend auf Verhalten, Standort, Kundenstatus und anderen Daten markieren. Anschließend können Sie in Constant Contact eine E-Mail-Automatisierung einrichten, um gezielte Marketingnachrichten oder eine ganze Drip-Kampagne mit personalisierten E-Mails für verschiedene Zielgruppen zu versenden.

Beispiel 4: Automatische Bereitstellung digitaler Produkte mit einfachen digitalen Downloads

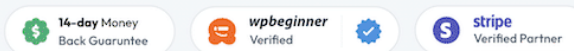
The Best Digital eCommerce Plugin for WordPress

Join 50,000+ smart business owners who use Easy Digital Downloads to easily manage their store and sell everything from eBooks, to WordPress Plugins, PDF Documents, and more. **No code required.**



[Get Easy Digital Downloads Now →](#)

or [try the free version](#)



Einer der Vorteile des [Online-Verkaufs digitaler Produkte](#) besteht darin, dass Sie die gesamte Customer Journey automatisieren können. Anstatt Produkte zu verpacken und zu versenden, können Sie eine automatisierte E-Mail einrichten, um Ihre E-Books, Kurse, Vorlagen und andere digitale Produkte zuzustellen, sobald ein Kunde den Kaufvorgang abgeschlossen hat.

Um dies einzurichten, verwenden wir das [Easy Digital Downloads](#) -Plugin, ein E-Commerce-Plugin, das speziell für digitale Produkte entwickelt wurde.

Bevor Sie beginnen, stellen Sie sicher, dass Sie die [frühere Anleitung zum Konfigurieren Ihrer WordPress-Site für die E-Mail-Zustellbarkeit](#) befolgt haben . Wenn Benutzer digitale Produkte kaufen, erwarten sie, diese sofort zu erhalten. Sie möchten also auf keinen Fall mit verärgerten Kunden zu tun haben, die ihre E-Mails nicht erhalten haben.

1. Installieren und aktivieren Sie das Easy Digital Downloads Plugin

Beginnen Sie mit der Installation des Easy Digital Downloads-Plugins auf Ihrer WordPress-Site. Sie können dieser [Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Installation eines WordPress-Plugins](#)

folgen , wenn Sie Erläuterungen zum Vorgang benötigen.

Sobald das Plugin installiert und aktiviert ist, klicken Sie auf die Schaltfläche „**Erste Schritte**“ , um Ihr Konto einzurichten.



 **Welcome, and thanks for choosing us!**

Easy Digital Downloads setup is fast and easy. We'll walk you through the quick initial process. And don't worry. You can go back and change anything you do – at anytime. Nothing's permanent (unless you want it to be). So feel free to explore!

[Get Started](#)

Creators  **Easy Digital Downloads**

Dies führt Sie Schritt für Schritt durch den Prozess der Einrichtung von Easy Digital Downloads.

2. Richten Sie Ihre E-Mail-Kaufbelege ein

Sie müssen zunächst einige Informationen zu Ihrem Unternehmen eingeben. Füllen Sie das Formular aus und klicken Sie auf die Schaltfläche „**Speichern und fortfahren**“ , um mit dem nächsten Schritt des Einrichtungsassistenten fortzufahren.

1 Business 2 Payment Methods 3 Emails 4 Tools 5 Products

Tell us a little bit about your business.

Where is your business located? This helps Easy Digital Downloads configure the checkout and receipt templates.

Business Info ?



Business Name
The official (legal) name of your store. Defaults to Site Title if empty.











Business Type Choose "Individual" if you do not have an official/legal business ID, or "Company" if a registered business entity exists.

Business Address

Fahren Sie mit den Zahlungsmethoden fort, um Ihre Website mit Stripe zu verbinden. Anschließend können Sie die automatischen E-Mail-Belege anpassen, die an Kunden gesendet werden, wenn diese auf Ihrer Website einen Kauf tätigen.

Füllen Sie die Felder „An “ und „ Von“ der E-Mail sowie die **Betreffzeile** aus . Wenn Sie möchten, können Sie auch ein Logo hochladen. Schließen Sie die Bearbeitung Ihres E-Mail-Kaufbelegs ab, indem Sie den Text der E-Mail bearbeiten. In der Standard-E-Mail sind bereits Smart Tags enthalten, um die E-Mail zu personalisieren.

  Visual Text

B *I* U ABC          

Dear {name},

Thank you for your purchase. Please click on the link(s) below to download your files.

{download_list}

{sitename}

Fahren Sie mit dem Assistenten fort, um den Namen, das Bild und den Preis Ihres digitalen Produkts einzugeben.

What are you going to sell?

Let's get started creating your first awesome product.

Product details



Product Name

Product Image

Set Image

Pricing Options

Single price

Variable price

Product Price

\$ 0.00

Sie können Ihr digitales Produkt auch zu diesem Zeitpunkt hochladen oder später hinzufügen.

Wenn Sie den Assistenten abschließen, speichert Easy Digital Downloads Ihr Produkt mit allen zugehörigen Informationen.

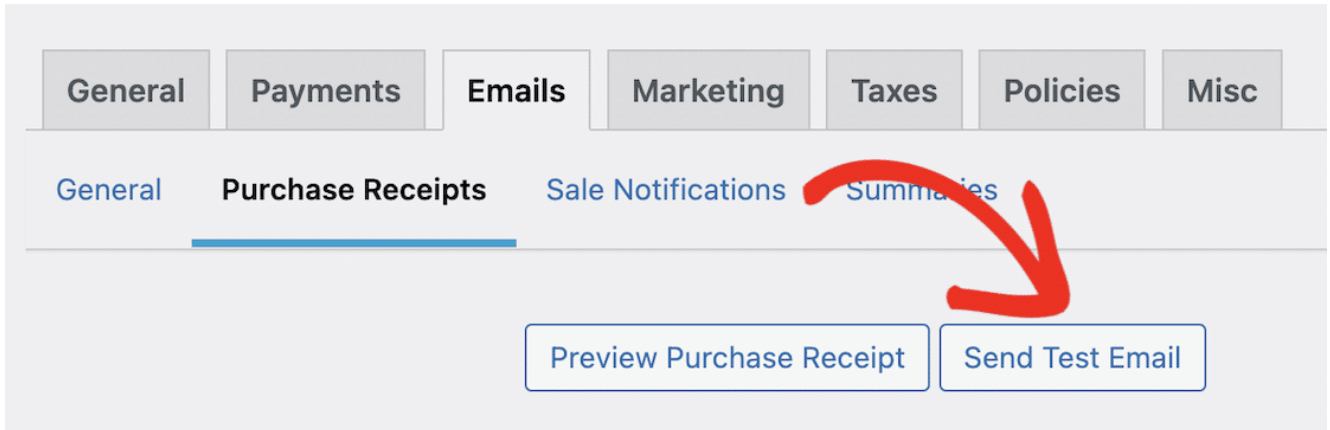
3. Testen Sie Ihre automatisierten E-Mail-Empfänge

Bevor Sie Ihre Checkout-Seite veröffentlichen, sollten Sie Ihre E-Mail testen, um sicherzustellen, dass sie ordnungsgemäß funktioniert und wie gewünscht aussieht.

Easy Digital Downloads macht dies wirklich einfach. Gehen Sie einfach zu **Downloads** » **Einstellungen** in Ihrem WordPress-Dashboard und klicken Sie auf die Registerkarte **E-Mails** und dann auf **Kaufbelege** .

Klicken Sie auf die Schaltfläche „**Test-E-Mail senden**“ , um eine Test-E-Mail an die Administrator-E-Mail-Adresse zu

senden.



Die E-Mail sollte etwa so aussehen:

Purchase Receipt

Dear Customer,

Thank you for your purchase. Please click on the link(s) below to download your files.

- Sample Product Title
[Sample Download File Name](#) - Optional notes about this download.

Paloma Designs

[Paloma Designs](#)

Wenn Sie die E-Mail nicht erhalten, stellen Sie sicher, dass das WP Mail SMTP-Plugin auf Ihrer Website installiert und eingerichtet ist, um sicherzustellen, dass die E-Mail zugestellt wird.

Wenn Sie die E-Mail erhalten und alles in Ordnung ist, können Sie in Ihrem WordPress-Dashboard zu **Downloads** » **Downloads** gehen, um Ihre digitalen Produkte anzuzeigen und zu

veröffentlichen, genau wie Sie es mit einem Beitrag oder einer Seite tun würden.

Ausführlichere Anweisungen finden Sie im Easy Digital Downloads-Leitfaden zum [Senden automatisierter E-Commerce-E-Mails in WordPress](#) .

Das Easy Digital Downloads-Plugin installiert einen vollständigen Checkout-Prozess, sodass Ihre Website-Besucher Ihre digitalen Produkte kaufen und die automatische E-Mail mit einem Link zum Herunterladen des Produkts erhalten können. Sie müssen Ihre Produkte nur einmal hochladen und den Rest erledigt das Plugin!

Beispiel 5: Senden Sie automatisierte Transaktions-E-Mails mit FunnelKit-Automatisierungen



The screenshot shows the FunnelKit website homepage. The navigation bar includes 'Products', 'Templates', 'Pricing', 'Testimonials', and a 'Get Started' button. The main heading is 'The All-In-One Email Marketing Platform For WordPress'. Below this, a sub-headline reads 'FunnelKit Automations helps you create broadcast and automated campaigns without leaving WordPress.' A green 'Get FunnelKit Now' button is centered. Below the main content is a video player with a dark blue background. The video title is 'Introducing the Ultimate WordPress Marketing Automatio...'. The video content shows a woman on the right and several data cards on the left. The cards display 'Open Rate' at 69.23% and 'Revenue' at \$2446.20. A line graph is visible in the background of the video. The video player includes 'Watch later' and 'Share' buttons and a 'Watch on YouTube' button at the bottom left.

Eine weitere Situation, in der automatisierte E-Mails unerlässlich sind, ist, wenn Sie einen WooCommerce-Shop haben. Um einen Online-Shop effizient zu betreiben, benötigen Sie ein System zum Versenden von Transaktions-E-Mails, also E-Mails,

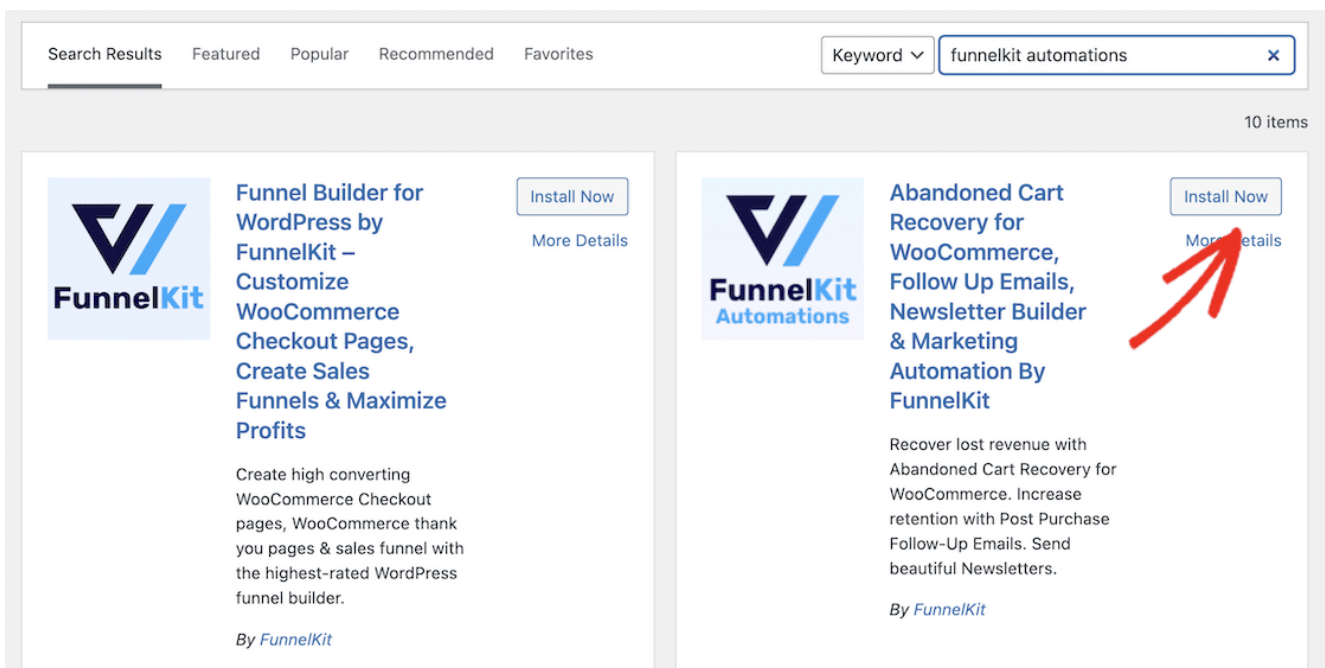
die an einen Kunden gesendet werden, nachdem dieser eine Online-Transaktion abgeschlossen hat.

Beispielsweise möchten Sie wahrscheinlich eine Bestellbestätigungs-E-Mail senden, um den Kunden darüber zu informieren, dass seine Bestellung eingegangen ist. Sie können auch E-Mails mit Versandbestätigungen, Informationen zur Sendungsverfolgung und anderen hilfreichen Informationen für Online-Käufer senden.

WooCommerce sendet einige dieser E-Mails standardmäßig, aber mit dem [FunnelKit](#)- Plugin können Sie erweiterte automatisierte Kundenerfahrungs-E-Mails senden, z. B. Erinnerungen an abgebrochene Warenkörbe und Folge-E-Mails, Kundenjubiläumsnachrichten, automatisierte Upsells und Produktempfehlungen und mehr.

1. Installieren und aktivieren Sie das FunnelKit Automations Plugin

Sie können FunnelKit-Automatisierungen über Ihr WordPress-Dashboard installieren, indem Sie zu **Plugins » Neu hinzufügen** navigieren und nach „FunnelKit-Automatisierungen“ suchen. Klicken Sie auf die Schaltfläche **„Jetzt installieren“** , um das Plugin zu installieren.



The screenshot shows the WordPress plugin search interface. At the top, there are tabs for 'Search Results', 'Featured', 'Popular', 'Recommended', and 'Favorites'. A search bar contains the text 'funnelkit automations' with a dropdown arrow and a clear button. Below the search bar, it indicates '10 items'. Two plugin cards are visible. The first card is for 'Funnel Builder for WordPress by FunnelKit – Customize WooCommerce Checkout Pages, Create Sales Funnels & Maximize Profits'. It features the FunnelKit logo, a description, and buttons for 'Install Now' and 'More Details'. The second card is for 'Abandoned Cart Recovery for WooCommerce, Follow Up Emails, Newsletter Builder & Marketing Automation By FunnelKit'. It also features the FunnelKit logo, a description, and buttons for 'Install Now' and 'More Details'. A red arrow points to the 'More Details' button of the second plugin.

Warten Sie einen Moment, bis das Plugin installiert ist, und klicken Sie dann auf die Schaltfläche „**Aktivieren**“ .



Abandoned Cart Recovery for WooCommerce, Follow Up Emails, Newsletter Builder & Marketing Automation By FunnelKit

Recover lost revenue with Abandoned Cart Recovery for WooCommerce. Increase retention with Post Purchase Follow-Up Emails. Send beautiful Newsletters.

By FunnelKit

Activate

More Details



2. Erstellen Sie eine Automatisierung

Sobald das Plugin installiert und aktiviert ist, können Sie zu **FunnelKit-Automatisierungen » Automatisierungen (Nächste Generation)** gehen und auf die Schaltfläche **Neue Automatisierung hinzufügen** klicken .

FunnelKit Automations verfügt über eine Bibliothek vorgefertigter Automatisierungen zur Auswahl. Sie können aber auch Ihre eigene Automatisierung mit dem Drag-and-Drop-Builder von Grund auf erstellen.

⊕
Start from Scratch

Optin Follow up
A series of 4 follow-up emails from welcoming a subscriber to selling them your paid program.

FunnelKit Optin Form

Abandoned Cart Reminder
A simple 3-part abandoned cart reminder sequence with well-planned delays to recover more carts.

WooCommerce Cart

Abandoned Cart Reminder Pro PRO
A simple abandoned cart reminder sequence of 3 emails that are sent to the users based on the cart total.

WooCommerce Cart

Discount for Next Purchase (Post-Purchase) PRO
A simple post-purchase sequence based on their order total for providing a special discount coupon for their next purchase.

WooCommerce Orders

New Customer - First Order PRO
Give a special welcome to your first-time customers through this email.

WooCommerce Orders

Wenn Sie auf die **Erinnerung an abgebrochene Warenkörbe** klicken, sehen Sie genau, wie die Automatisierung für E-Mails bei abgebrochenen Warenkörben funktioniert, einschließlich Aktionen und Zeitverzögerungen.

← Abandoned Cart Reminder
Import

Description

A simple 3-part abandoned cart reminder sequence with well-planned delays to recover more carts.

WooCommerce Cart

```

graph TD
    A[WooCommerce Cart Abandoned] --> B[Step Delay: 30 Min]
    B --> C[Step Action: Send Email]
    
```

Um diese Automatisierungsvorlage zu verwenden, klicken Sie oben rechts auf die Schaltfläche „**Importieren**“, geben Sie

einen Namen für Ihre Automatisierung ein und klicken Sie auf „Erstellen“ .

Add Automation

Name

Abandoned Cart

Cancel

Create

Dadurch gelangen Sie zum Builder für Drag-and-Drop-Automatisierungen, wo Sie die Automatisierung bei Bedarf bearbeiten können. Wenn Sie zufrieden sind, schalten Sie die Einstellung „Aktiv“ in der oberen rechten Ecke auf „ Ein “, um die Automatisierung zu aktivieren.

Wenn Ihre Automatisierung aktiv ist, können Sie sie unter **FunnelKit-Automatisierungen » Automatisierungen (Nächste Generation)** sehen , wo Sie sie nach Belieben deaktivieren, duplizieren, bearbeiten oder exportieren können.

The screenshot shows the FunnelKit dashboard with the 'Automations' section selected. The interface includes a navigation bar with 'FunnelKit' and various menu items like 'Dashboard', 'Contacts', 'Carts', 'Campaigns', 'Tools', 'Analytics', and 'Connectors'. Below the navigation, there are tabs for 'All', 'Active', and 'Inactive', with 'All' selected. A search bar and buttons for 'Refresh', 'Export', and 'Import' are visible. The main content is a table with columns for 'Name', 'Event', 'Contacts', 'Revenue', and 'Status'. One automation is listed: 'Abandoned Cart' with the event 'Cart Abandoned', 0 contacts, 0 revenue, and an 'Active' status. A red box highlights the row for 'Abandoned Cart'.

	Name	Event	Contacts	Revenue	Status
<input type="checkbox"/>	Abandoned Cart	Cart Abandoned	0	-	Active

3. Passen Sie WooCommerce-E-Mails an

Die Pro-Version von FunnelKit Automations bietet nicht nur vorgefertigte Automatisierungen, die Sie per Knopfdruck

aktivieren können, sondern auch einen visuellen Drag-and-Drop-Builder zum Erstellen und Bearbeiten von WooCommerce-E-Mails.


Um diese Funktion nutzen zu können, müssen Sie ein [Upgrade auf FunnelKit Automations Pro](#) durchführen . Nachdem Sie das Pro-Plugin erworben haben, installieren und aktivieren Sie es in Ihrem WordPress-Dashboard und geben Sie Ihren Lizenzschlüssel ein. Wenn Sie Hilfe benötigen, finden Sie [auf der FunnelKit-Website vollständige Anweisungen](#) .

Um mit der Anpassung Ihrer WooCommerce-E-Mails zu beginnen, gehen Sie im Hauptmenü Ihres WordPress-Dashboards zu **FunnelKit-Automatisierungen » Vorlagen** und klicken Sie dann auf die Schaltfläche **Neue Vorlage hinzufügen** .

Templates

Email

[Add New Template](#)



Design Your Templates

Templates are pre-designed and pre-written mail that can be used to quickly and easily write and create emails.

[Add New Email Template](#)

Geben Sie einen Namen für Ihre Vorlage ein und klicken Sie auf die Schaltfläche **„Hinzufügen“** .

Add Template



Name



Cancel

Fügen Sie eine Betreffzeile und einen Vorschautext für Ihre E-Mail hinzu. Sie können den Text im E-Mail-Text auch bearbeiten.

Subject *

Preview Text

Template Type

Rich Text Raw HTML Visual Builder

Arial 10pt Paragraph **B** *I* ☰ ☷ “ ☰ ☰ ☰ 🔗 ✖ ☰ 🗨

Hi {{contact_first_name}},

{{business_name}}, {{business_address}}

Don't want to stay in the loop? We'll be sad to see you go, but you can click here to [unsubscribe](#)

Um den visuellen E-Mail-Builder zu verwenden, wählen Sie das Optionsfeld „ **Visual Builder**“ aus und klicken Sie auf die Schaltfläche „ **Start**“ , um den Builder zu starten.

Template Type

Rich Text Raw HTML Visual Builder

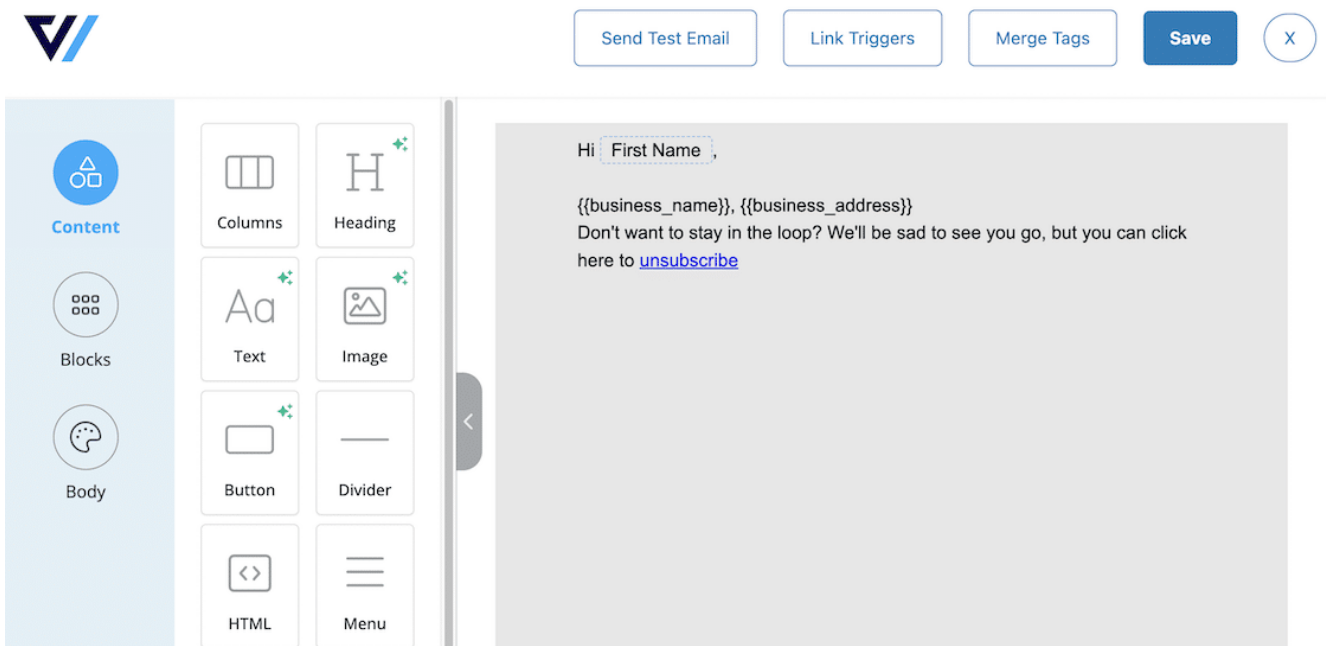


Launch Editor

Visually get email with drop & drop builder



Sobald Sie sich im Builder befinden, können Sie das Aussehen Ihrer WooCommerce-E-Mails ganz einfach anpassen, indem Sie Spalten, Bilder, Überschriften, Schaltflächen und andere Elemente per Drag-and-Drop verschieben. Mit dem visuellen Builder ist es einfach, professionell aussehende E-Mails zu erstellen, die darauf ausgelegt sind, Conversions zu optimieren und Benutzer durch den Verkaufstrichter zu führen.



Wenn Sie mit der Bearbeitung fertig sind, klicken Sie auf die Schaltfläche „**Speichern**“ und schließen Sie den Editor.

Sie können eine Vorschau Ihrer fertigen Vorlage anzeigen oder über die Schaltflächen unten auf der Vorlagenseite eine Test-E-Mail senden. Denken Sie daran, auf die Schaltfläche „Speichern“ zu klicken , wenn Sie mit allem zufrieden sind.

Send Test Email

Show Preview

Automatically append UTM parameters to email links



Save

Dies ist nur ein kurzer Überblick über die Möglichkeiten, die FunnelKit für automatisierte WooCommerce-E-Mails bietet. Sie können beispielsweise dieser ausführlichen Anleitung zum [Erstellen automatisierter Geburtstags- und Jubiläums-E-Mails](#) folgen , wenn Sie Hilfe bei der Automatisierung von E-Mails zum Versenden von Grüßen, Gutscheinen und anderen Anreizen an Ihre Kunden an deren Geburtstagen benötigen.

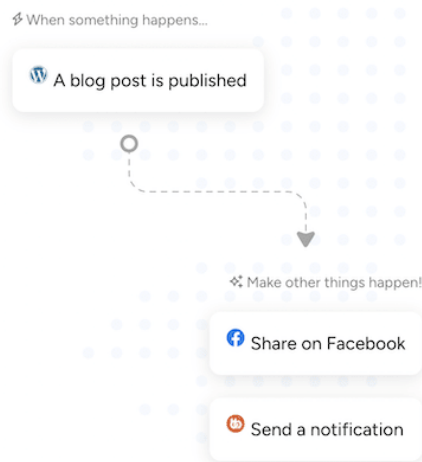
Beispiel 6: Automatisierte E-Mails mit Uncanny Automator versenden

Automate your WordPress site and apps

★★★★★ [wordpress.org](#)

Trusted by 25,000+ companies

Slash development costs and replace dozens of plugins with the most popular automation plugin for WordPress

[Get Uncanny Automator now](#)

[Uncanny Automator](#) ist ein Automatisierungs-Plugin ohne Code, das Ihre WordPress-Site mit über 100 anderen Apps und Diensten für automatisiertes E-Mail-Marketing, E-Commerce, soziale Medien, CRM und mehr integriert.

Wenn Sie Uncanny Automator zum Versenden automatisierter E-Mails verwenden, haben Sie völlige Flexibilität beim Versenden einmaliger E-Mails außerhalb Ihrer Drip-Kampagnen, die in Echtzeit durch verschiedene Aktionen oder Ereignisse auf Ihrer WordPress-Site ausgelöst werden.

Angenommen, Sie möchten bestimmte Blog-Beiträge direkt nach der Veröffentlichung automatisch an Ihre Zielgruppe senden. Sie können dies ganz einfach tun, indem Sie in Uncanny Automator eine E-Mail-Automatisierung für getaggte Beiträge erstellen.

1. Installieren und aktivieren Sie das Uncanny Automator Plugin

Navigieren Sie in Ihrem WordPress-Dashboard zu **Plugins » Neu hinzufügen** und suchen Sie nach „Uncanny Automator“. Klicken Sie neben dem Plugin auf die Schaltfläche **„Jetzt installieren“**.

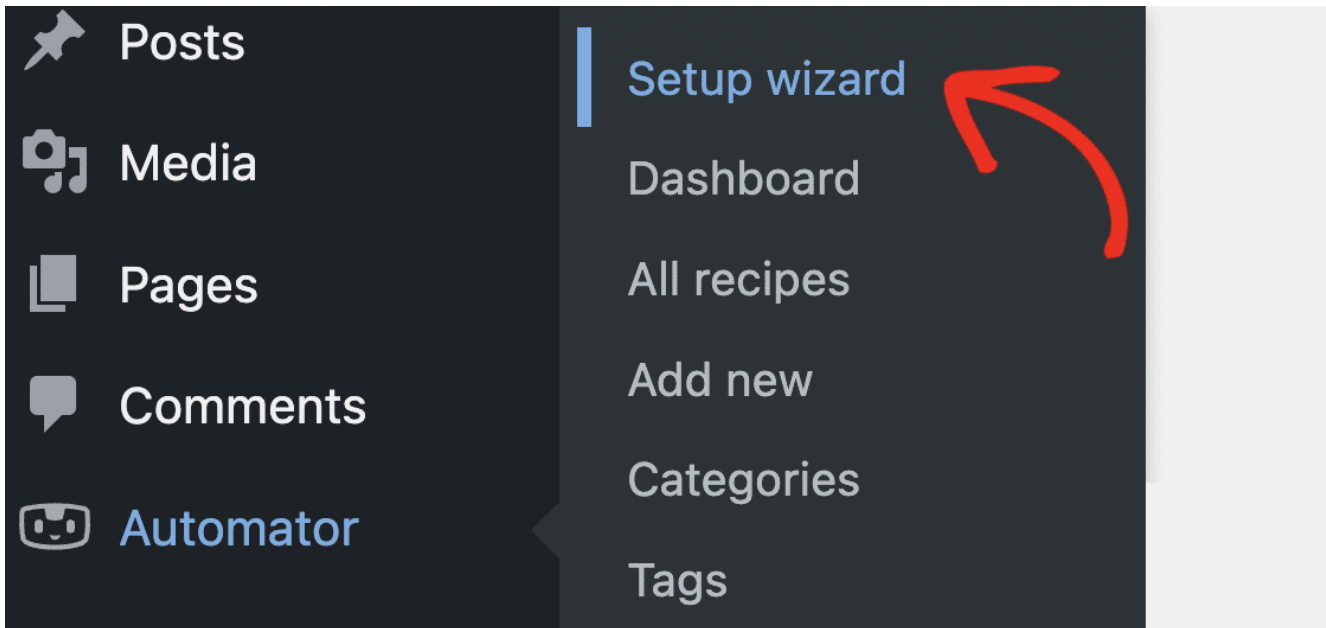
The screenshot shows the WordPress 'Add Plugins' interface. At the top, there is a search bar with the text 'uncanny automator' and a 'Keyword' dropdown. Below the search bar, there are tabs for 'Search Results', 'Featured', 'Popular', 'Recommended', and 'Favorites'. The search results show 12 items. Two plugin cards are visible. The first card is for 'Uncanny Automator – Automate everything with the #1 no-code Automation tool for WordPress'. It features a blue robot icon and a description: 'Uncanny Automator is the easiest and most powerful way to connect your WordPress plugins, sites and apps together with powerful automations.' Below the description, it says 'By Uncanny Automator, Uncanny Owl'. There is an 'Install Now' button and a 'More Details' link. A red arrow points to the 'More Details' link. The second card is for 'Uncanny Toolkit for LearnDash'. It features a yellow gear icon and a description: 'Extend LearnDash with a variety of useful functions that make it even easier to build great learner experiences with LearnDash.' Below the description, it says 'By Uncanny Owl'. There is an 'Install Now' button and a 'More Details' link.

Wenn die Installation des Plugins abgeschlossen ist, klicken Sie unbedingt auf die Schaltfläche „Aktivieren“ , bevor Sie das Plugin verwenden können.

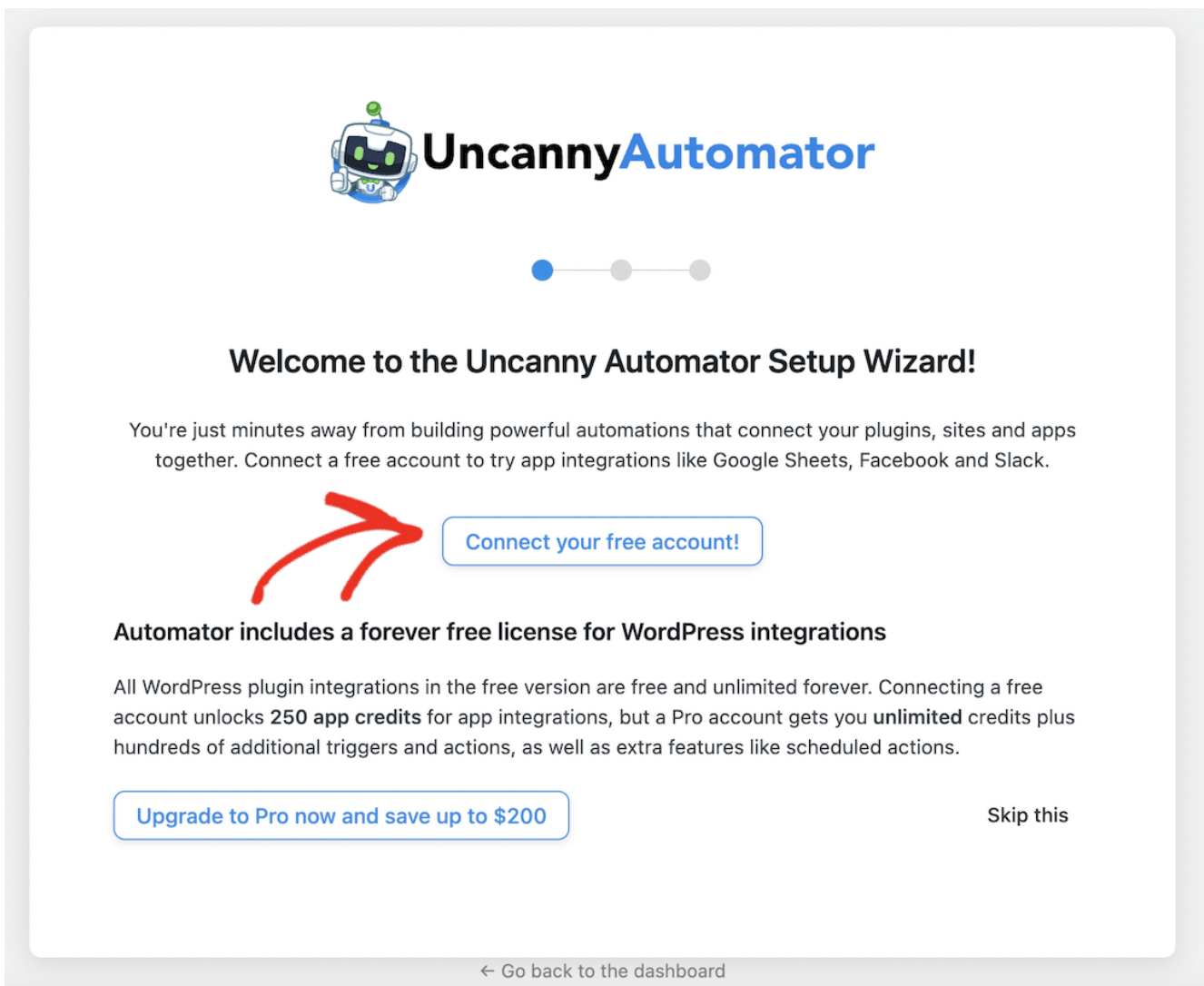
Wenn Sie irgendwann nicht weiterkommen, können Sie dieser [Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Installation eines WordPress-Plugins](#) folgen .

2. Melden Sie sich für ein Uncanny Automator-Konto an

Nachdem Sie das Plugin installiert und aktiviert haben, gehen Sie im Seitenleistenmenü Ihres WordPress-Dashboards zu **Automator » Setup Wizard**, um durch die **Einrichtung des Plugins** geführt zu werden.



Wenn der Assistent startet, klicken Sie auf die Schaltfläche, um **Ihr kostenloses Konto zu verbinden** .



Dadurch gelangen Sie zur Website von Uncanny Automator, wo Sie sich für ein kostenloses Konto anmelden können. Geben Sie Ihre

Daten ein und klicken Sie auf die Schaltfläche „Anmelden“ .

Sign up for free!

[← Go back to dashboard](#)

Paloma Designs

First name Last name

Email

Password

By creating an account, you agree to our [privacy policy](#).

[Have an Automator account? Log in](#)

Claim your 250 free app credits!

Get **250 free app credits** to use with app integrations including [Facebook Pages](#) , [Facebook Groups](#) , [Twitter](#) , [Google Sheets](#) , [Slack](#) , [OpenAI](#) , [Zoom Meetings](#) , and more. Also, get **exclusive discounts** and early access to sales.

Upgrade to Uncanny Automator Pro!

Upgrade today to get hundreds of pro triggers and actions and **unlimited credits** for app integrations.

Includes **special introductory offer!**

Sobald Sie sich angemeldet haben, können Sie auf die Schaltfläche klicken, um zu Ihrer WordPress-Site zurückzukehren und **mein erstes Rezept zu erstellen** .



Setup complete!

Watch a quick intro video

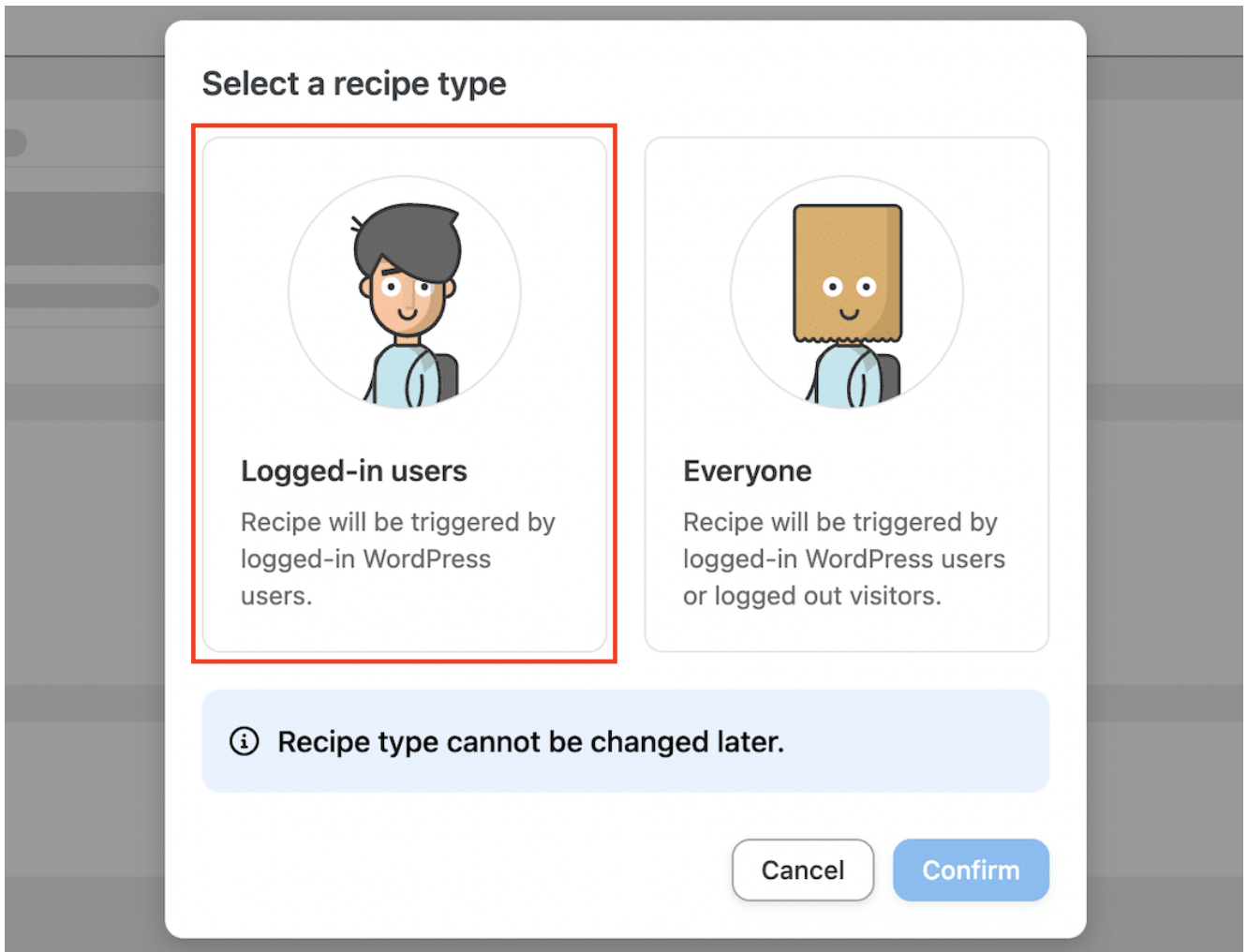


Create my first recipe

Return to dashboard

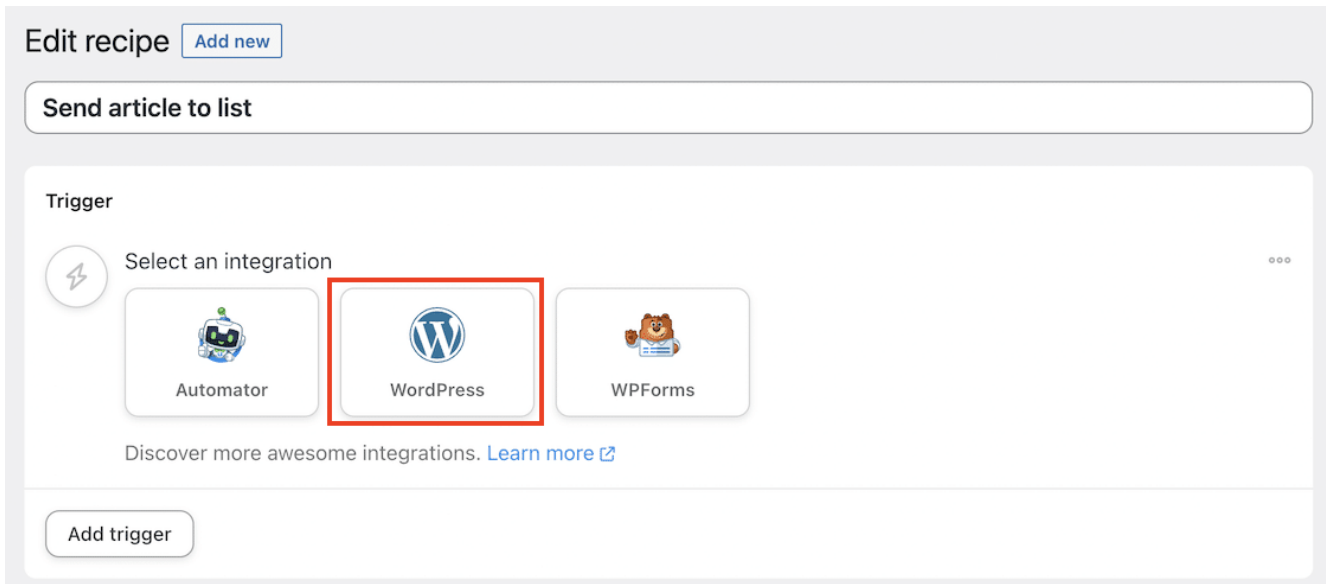
3. Erstellen Sie ein Uncanny Automator-Rezept

„Rezepte“ ist im Wesentlichen der Name von Uncanny Automator für automatisierte Workflow-Vorlagen. Sie können E-Mail-Workflows entweder für angemeldete Benutzer oder für alle Benutzer erstellen. Für diesen Anwendungsfall wählen wir die Option für angemeldete Benutzer.

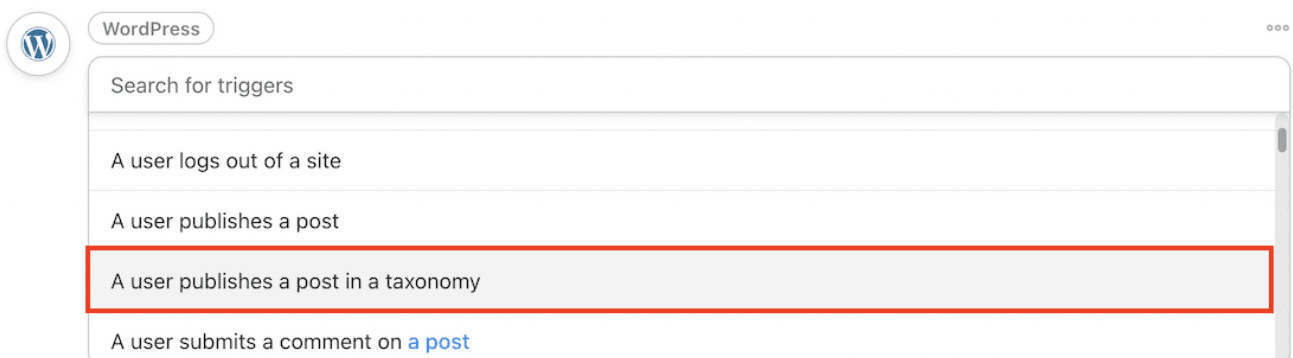


Nachdem Sie auf die Schaltfläche „**Bestätigen**“ geklickt haben , werden Sie zu einer Seite weitergeleitet, auf der Sie Ihr Rezept bearbeiten können. Geben Sie zunächst oben auf der Seite einen Namen für Ihr Rezept ein.

Da wir eine E-Mail auslösen möchten, wenn wir eine Aktion in WordPress abschließen (das Veröffentlichen eines neuen Blog-Beitrags), wählen Sie WordPress als Integrationsauslöser.



Es erscheint ein Dropdown-Menü mit den verfügbaren Triggern. Scrollen Sie nach unten und wählen Sie die Option „Ein Benutzer veröffentlicht einen Beitrag in einer Taxonomie“.



Sie können nun die Beitragskategorie oder das Tag auswählen, die Sie an E-Mails senden möchten. Wählen wir nur Beiträge mit dem Tag „Newsletter“ aus.

Wählen Sie „Tag“ für die **Taxonomie** und „Token/benutzerdefinierten Wert verwenden“ für den **Begriff** aus. Geben Sie „Newsletter“ in das Unterfeld unter „**Begriff**“ ein und klicken Sie dann auf die Schaltfläche „**Speichern**“.

WordPress

A user publishes a **Post type: post** post with **a taxonomy term** in **a taxonomy** Draft

Post type *
(ID: post) Post

Taxonomy *
(ID: post_tag) Tag

Term *
Use a token/custom value

↳ newsletter

Stellen Sie sicher, dass der Auslöser auf **Live** eingestellt ist .

Trigger

WordPress

A user publishes a **Post type: Post** post with **Term: newsletter** in **Taxonomy: Tag** Live

Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche **Aktion hinzufügen** .

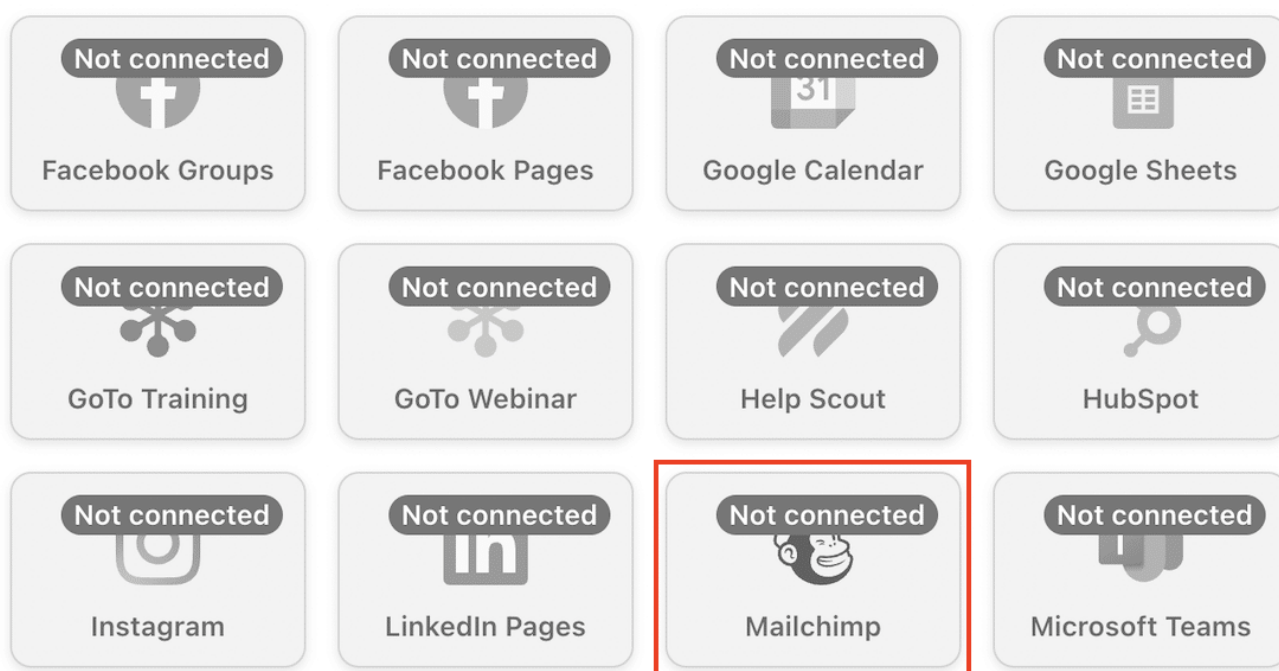
Actions

Da wir automatisierte E-Mails mit Uncanny Automator versenden möchten, müssen wir als Aktion einen E-Mail-Dienst auswählen. Sie können entweder einen E-Mail-Marketingdienst wie ActiveCampaign oder Mailchimp auswählen oder „E-Mails“ auswählen, das WordPress verwendet, um E-Mails an von Ihnen angegebene E-Mail-Adressen zu senden.

Wenn Sie sich dafür entscheiden, Ihre E-Mails über WordPress zu versenden, stellen Sie sicher, dass Sie zuerst [WP Mail SMTP installiert und konfiguriert](#) haben, um sicherzustellen, dass Ihre E-Mails ordnungsgemäß gesendet und zugestellt werden.

4. Verbinden Sie Uncanny Automator mit Mailchimp

Da wir eine E-Mail an unsere Liste und nicht an bestimmte E-Mail-Adressen senden möchten, verwenden wir Mailchimp für die Integration. Scrollen Sie nach unten und klicken Sie auf die **Mailchimp**- Integration.



Klicken Sie anschließend auf den Link „**Konto verbinden**“, um Uncanny Automator mit Ihrem Mailchimp-Konto zu verbinden.

Connect integration

1 of 2 steps completed

✓ 1. ~~Sign up for a free Uncanny Automator account!~~

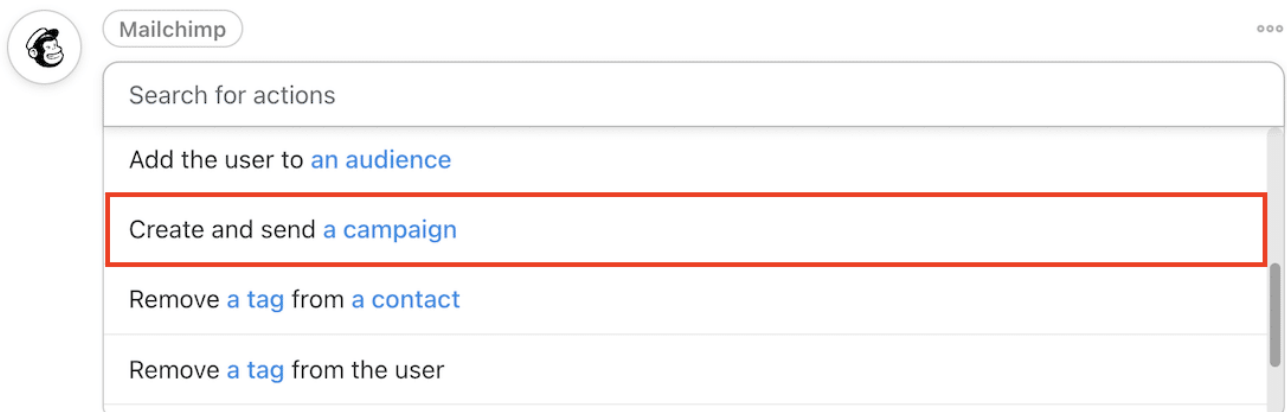
🔌 2. Connect your  Mailchimp account to Uncanny Automator.

[Connect account](#) →

Cancel

Fahren Sie mit den Online-Anweisungen fort, um Ihr Konto zu verbinden. Sie müssen sich bei Ihrem Mailchimp-Konto anmelden (oder ein neues Konto erstellen) und Uncanny Automator den Zugriff darauf autorisieren.

Wählen Sie in der Dropdown-Liste der Aktionen die Option **„Kampagne erstellen und senden“** aus .



Anschließend können Sie Ihrer E-Mail-Kampagne einen Namen geben, eine Liste auswählen, bei Bedarf ein Zielgruppensegment oder ein Tag auswählen und andere Einstellungen für Ihre automatisierten E-Mails vornehmen.



Mailchimp

Filter

Delay

Create and send [a campaign](#)Draft

Campaign name *

Newsletter *

Audience *

(ID: 62f346824b) Paloma Designs

Segment or Tag

Select a Segment or Tag

Email subject *

Latest from the blog: [Post title](#) *

Sie können Token verwenden, um Daten aus Ihrem Blog-Beitrag direkt in die E-Mail für den E-Mail-Betreff und den E-Mail-Inhalt einzufügen. Klicken Sie auf das Sternchensymbol (*) und wählen Sie im Dropdown-Menü „ **Beitragstitel**“ für den **E-Mail-Betreff** und „**Beitragsinhalt**“ für den E-Mail-Inhalt aus.

Wenn Sie fertig sind, klicken Sie unten im Formular auf die Schaltfläche „Speichern“.

Anschließend müssen Sie nur noch den Status Ihres Rezepts von „Entwurf“ auf „ Live“ ändern, um mit der Automatisierung von E-Mails zu beginnen.

The screenshot displays a configuration interface for an automation recipe. The main area is divided into 'Trigger' and 'Actions' sections. The trigger is set to 'WordPress' with the condition 'A user publishes a Post type: Post post with Term: newsletter in Taxonomy: Tag'. The action is 'Mailchimp' with the step 'Create and send a campaign'. A 'Live' toggle is visible for both sections. On the right, a 'Recipe' summary shows 'Times per user: Unlimited', '# Total times: Unlimited', 'User type: Logged-in users', and 'Created on: Aug 8, 2023 @ 6:44'. A red arrow points to the 'Live' toggle in the recipe summary. Below the recipe summary, there is a 'Recipe category' section with a dropdown menu set to 'Most Used' and a '+ Add New Category' link. At the bottom left, there is a checkbox for 'Redirect when all triggers are completed'.

Und das ist es! Jedes Mal, wenn Sie jetzt einen Beitrag mit dem Tag „Newsletter“ in Ihrem Blog veröffentlichen, wird dieser automatisch über Mailchimp an Ihre Liste gesendet.

Häufig gestellte Fragen

Wir haben in diesem Artikel mehrere Methoden zum Versenden automatisierter E-Mails in WordPress behandelt. Wenn Sie sich jedoch noch nicht sicher sind, werfen Sie einen Blick auf unsere am häufigsten gestellten Fragen zur E-Mail-Automatisierung.

Was sind die Vorteile automatisierter E-Mails?

Automatisierte E-Mails bieten viele Vorteile, vor allem sparen Sie Zeit und Aufwand, wenn Sie Ihren Benutzern manuelle E-Mails senden. Viele WordPress-Plugins können verwendet werden, um E-Mails auf Ihrer Website für verschiedene Anwendungsfälle zu automatisieren, wie zum Beispiel:

- Willkommensnachrichten, wenn sich Benutzer oder neue Kunden auf Ihrer Website anmelden
- Benachrichtigungen über neue Beiträge und Funktionen
- Auftragsbestätigungen und Versandbenachrichtigungen
- Benachrichtigungen zu fehlgeschlagenen Zahlungen
- E-Mails mit abgebrochenem Warenkorb, wenn ein Kunde

einen Artikel in seinen Warenkorb gelegt, den Kaufvorgang jedoch nicht abgeschlossen hat

- Kommunikation im Zusammenhang mit Benutzerkonten, z. B. Abonnementbestätigungen und Passwörterinnerungen
- Onboarding-E-Mails und E-Mail-Sequenzen für Online-Kurse
- Re-Engagement- und Lead-Nurturing-E-Mails
- Drip-Kampagnen und andere E-Mails als Teil Ihrer integrierten Marketingstrategie

Die Verwendung von Automatisierungs-Plugins zum Generieren und Versenden dieser E-Mails für Sie ist effizienter und spart Ihnen viel Zeit. Mit steigenden Öffnungsraten werden Sie bessere Ergebnisse Ihrer Marketingbemühungen erzielen. Außerdem können Sie Call-to-Actions anpassen und Kennzahlen verfolgen, um Ihre Konversionsraten zu steigern.

Darüber hinaus besteht einer der Hauptvorteile der E-Mail-Automatisierung darin, dass sie Ihren Benutzern ein besseres Erlebnis und bessere Kundenbeziehungen bietet. Ihre Follower können sofort Benachrichtigungen, Updates und digitale Einkäufe erhalten, ohne auf Ihre E-Mail warten zu müssen.

Was ist der Unterschied zwischen automatisierter und Broadcast-E-Mail?

Im Gegensatz zu automatisierten E-Mails werden Broadcast-E-Mails manuell eingerichtet und versendet. Bei einer Broadcast-E-Mail senden Sie eine E-Mail gleichzeitig an alle Personen auf Ihrer Liste oder an Ihren gesamten Kundenstamm. Diese Art von E-Mail ist nicht wirklich automatisiert; Sie müssen noch den „Senden“-Button drücken. Sie können jedoch im Voraus festlegen, dass die E-Mail an einem bestimmten Datum und zu einer bestimmten Uhrzeit gesendet wird.

Automatisierte E-Mails hingegen werden durch eine Benutzeraktion, ein Ereignis auf einer Website, eine Zeitverzögerung oder eine andere von Ihnen festgelegte Bedingung ausgelöst.

Was ist der beste automatisierte E-Mail-Dienst?

Wir empfehlen Constant Contact und Brevo für die E-Mail-Automatisierung, da sie leistungsstark und einfach zu verwenden sind. Es gibt viele verschiedene E-Mail-Marketing-Tools, die Funktionen bieten, die auf unterschiedliche Bedürfnisse zugeschnitten sind. Weitere Empfehlungen und einen Überblick über die einzelnen Dienste finden Sie in dieser Zusammenfassung der [besten E-Mail-Marketing-Dienste](#) .

[Korrigieren Sie jetzt Ihre WordPress-E-Mails](#)

Als nächstes erstellen Sie weitere Automatisierungen in WordPress

Wenn Sie effizienter arbeiten und Ihren Arbeitsablauf optimieren möchten, bieten viele Marketing-Automatisierungstools auch eine Slack-Integration. Schauen Sie sich unseren Leitfaden zu den [besten Slack-Integrationen](#) für WordPress-Sites an.

[Wir haben außerdem die besten Google Workspace-Plugins](#) für WordPress zusammengestellt , mit denen Sie die Dateneingabe in Google Sheets automatisieren, Ereignisse in Google Kalender planen und vieles mehr.

Sind Sie bereit, Ihre E-Mails zu reparieren? [Beginnen Sie noch heute](#) mit dem besten WordPress-SMTP-Plugin. Wenn Sie keine Zeit haben, Ihre E-Mails zu reparieren, können Sie als Zusatzkauf vollständige Unterstützung bei der Einrichtung von White Glove erhalten. Außerdem gibt es eine 14-tägige Geld-zurück-Garantie für alle kostenpflichtigen Pläne.

Wenn Ihnen dieser Artikel weitergeholfen hat, folgen Sie uns bitte auf [Facebook](#) und [Twitter](#) für weitere WordPress-Tipps und Tutorials.

Hornetsecurity Konkurrenz

Preise

<https://shop.adn.de/Networking-Security/2/>

[hornet-security-preise-konkurrenzHerunterladen](#)

<https://www.allfirewalls.de/en/Brands/Hornetsecurity/Email-Security-and-Compliance/HS-MSF-0005-12-Hornetsecurity-Spam-and-Malware-Protection-MSF-5-24-User-1-year.html>

[Hornetsecurity](#)

<https://www.allfirewalls.de/Marken/Hornetsecurity/365-Total-Protection-Suite/>

<https://www.brigantia.com/vendors/hornetsecurity>

https://www.google.com/search?lr=lang_de&client=firefox-b-d&sc_a_esv=559959589&tbs=lr:lang_1de&q=Hornetsecurity+preise&uds=H4sIAAAAAAAAAA_-

https://www.google.com/search?lr=lang_de&client=firefox-b-d&sc_a_esv=559959589&tbs=lr:lang_1de&q=Hornetsecurity+preise&uds=H4sIAAAAAAAAAA_-My5GILKErNLE4V4svIL8pLLS10TS4tyiypNGAqEvVAEVEoACsEADiHrqEzAAAA&sa=X&ved=2ahUKEwi7lKa-rPeAAxW03QIHHcnqD700xKsJegQIVBAB&ictx=0&biw=1920&bih=899&dpr=1

Preiserhöhung für Hornetsecurity Services ab 1. Juli 2023

30. Mai 2023

Mit Wirkung zum 1. Juli 2023 erhöht Hornetsecurity die Preise der Hornetsecurity Services.

Die Anpassung gilt ab dem 1. Juli 2023 für alle Neukunden- und Cross-Sell-Verträge. Laufende Verträge mit einem Startdatum vor dem 1. Juli 2023 werden mit der nächsten Rechnungsstellung angepasst, frühestens jedoch zum 1. Dezember 2023.

Grund für diese erste Preiserhöhung seit Einführung der Services sind der gestiegene funktionale Sicherheitswert und Produktumfang der Services. Zu den Service-Upgrades gehörten unter anderem die erweiterte Multi-Faktor-Authentifizierung im Control Panel, der neue Compliance Filter und erweiterte Funktionen der Extended Allow und Deny List.



Die Änderungen zusammengefasst:

- **Preiserhöhung um 15 % für die klassischen Services** (Spam and Malware Protection, Advanced Threat Protection, Signature and Disclaimer, Archiving, Email Encryption, Continuity Service)
- **Preiserhöhung für 365 Total Protection Bundles** (365 Total Protection Business 2,50 EUR, 365 Total Protection Enterprise 4,50 EUR, 365 Total Protection Enterprise Backup 7,00 EUR)
- Anpassung greift zum **1. Juli 2023 für alle Neukunden-**

und Cross-Sell Verträge.

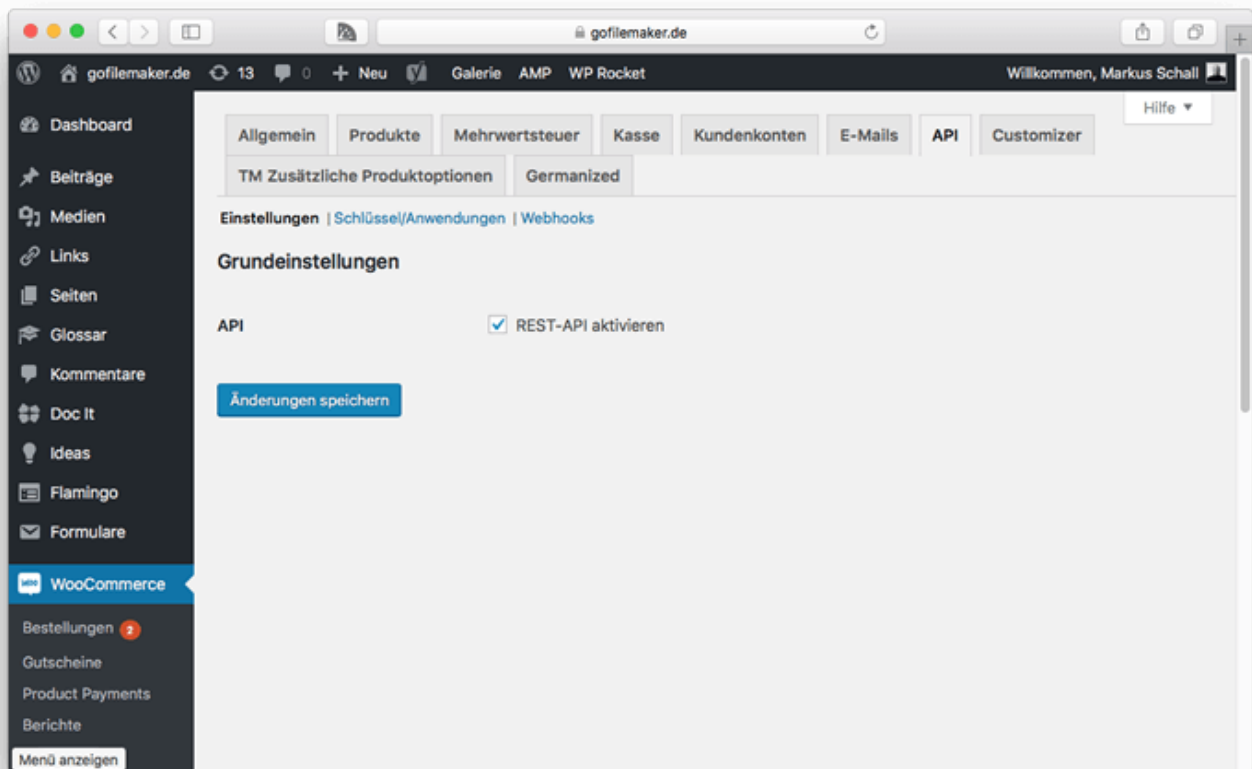
- **Preisanpassung für bestehende Subscription-Verträge** zum nächsten Abrechnungszeitraum ab dem 1. Dezember 2023 (bzw. zum ersten Abrechnungstermin nach dem 1. Dezember 2023).

Bestellungen aus WooCommerce in FileMaker importieren

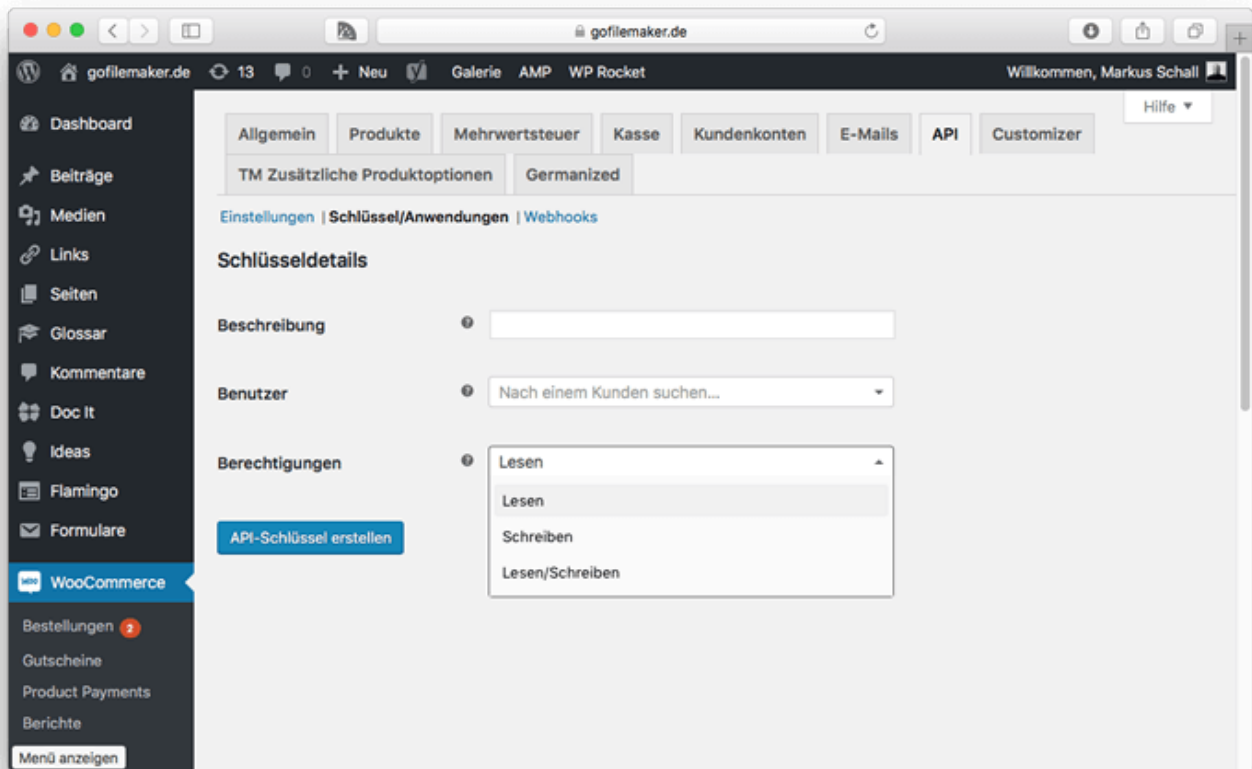
Der WooCommerce Onlineshop erfreut sich nicht zuletzt Dank der enorm hohen Verbreitung von WordPress-basierten Webseiten immer größerer Beliebtheit. Für die WooCommerce-Plattform sind heute unzählige Plugins zur Erweiterung verfügbar, und es ist heute kein Problem mehr, WooCommerce für Deutschland rechtssicher einzurichten. WooCommerce verfügt, wie viele andere Onlineshop- und Websysteme ebenfalls, über eine RESTful API, über die auf Daten des Onlineshops zugegriffen werden kann. In diesem Beitrag stellen wir eine Anleitung mit einer kleinen FileMaker-Lösung vor, mit der Bestellungen aus einem WooCommerce Onlineshop in eine FileMaker-[Datenbank](#) importiert werden können. Die Lösung bedient sich dabei der WooCommerce RESTful API v3 und wandelt den gelieferten JSON-Datenstrom in für FileMaker lesbare Daten um. Um die Programmierung der [Schnittstelle](#) zu erleichtern, wird für die Anmeldung an der RESTful API und für das Auslesen der JSON-Daten das MBS [FileMaker Plugin](#) von Monkeybread Software verwendet. Die Beispieldatenbank ist exemplarisch und kann prinzipiell auch für andere Onlineshopsysteme wie z.B. [Shopware](#), Magento oder [Gambio](#) GX3 eingesetzt werden.

Anmeldung an der WooCommerce RESTful API

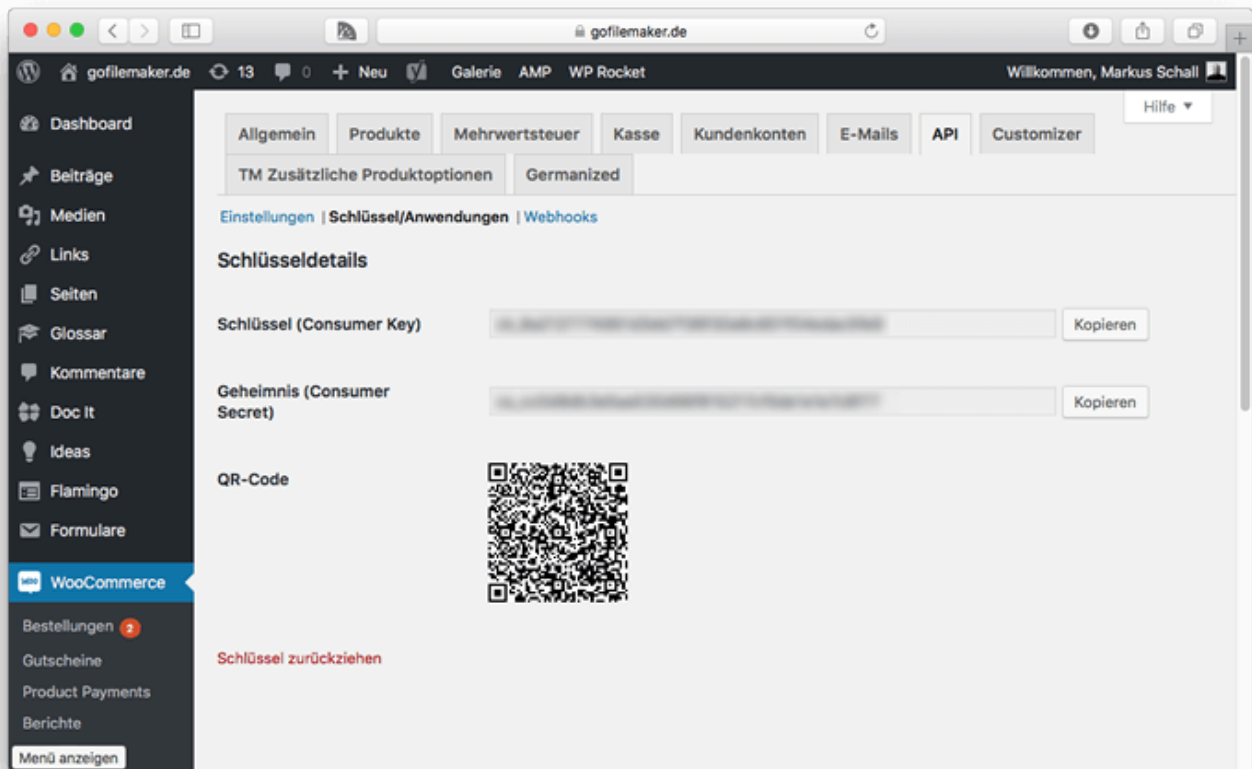
Um Daten von einem WooCommerce-Onlineshop auslesen zu können, muß zunächst die RESTful API in WooCommerce aktiviert werden. Diese Einstellung kann im WordPress-Backend unter *[WooCommerce > Einstellungen]* im Register *[API]* vorgenommen werden.



Klicken Sie auf die Schaltfläche *[Änderungen speichern]*, um die Aktivierung der [Schnittstelle](#) zu bestätigen. Im nächsten Schritt erzeugen Sie einen neuen API-Schlüssel. Klicken Sie dazu auf das Register *[Schlüssel/Anwendungen]* und daraufhin auf die Schaltfläche *[Schlüssel hinzufügen]*.



Im Feld *[Beschreibung]* können Sie eine beliebige Beschreibung hinzufügen. Wählen Sie einen Benutzer aus, dem der Zugriff auf die WooCommerce RESTful API gestattet werden soll. Je nach dem, ob der Benutzer auch Daten über die [Schnittstelle](#) in das Shopsystem schreiben soll, können Sie entsprechende Berechtigungen vergeben. Für die vorgestellte FileMaker-Lösung genügt die Berechtigung „Lesen“. Klicken Sie daraufhin auf die Schaltfläche *[API-Schlüssel erstellen]*.



Notieren Sie sich nun den Inhalt der beiden Felder „Schlüssel (Consumer Key)“ und „Geheimnis (Consumer Secret)“. Dieser Schritt ist wichtig, denn Sie können den Inhalt dieser Felder in Zukunft nicht mehr einsehen, da die Schlüsseldaten maskiert gespeichert werden.

Schnittstelle in FileMaker zur WooCommerce REST API

Mit der in diesem Beitrag vorgestellten Beispiellösung können Shopbestellungen und verbundene Kundendaten wie Rechnungs- und Lieferanschrift aus einem WooCommerce Onlineshop in eine FileMaker-[Datenbank](#) übertragen werden. Die Beispieldatei (oder eigene Lösung) kann problemlos um weitere Funktionen und Tabellen erweitert werden. Folgende Endpunkte stellt WooCommerce für den Zugriff auf die RESTful API zur Verfügung:

- Coupons
- Customers
- Orders (wird in der Beispieldatei genutzt)

- Order Notes
- Refunds
- Products
- Product attributes
- Product attribute terms
- Product categories
- Product shipping classes
- Product tags
- Reports
- Tax rates
- Tax classes

Mit der WooCommerce RESTful API können also auch noch viele weitere Datenquellen mit FileMaker ausgelesen und/oder bearbeitet werden wie beispielsweise Gutscheine, Produkte, Produktattribute oder auch Steuerklassen. In unserer FileMaker-Beispiellösung verwenden wir den Endpunkt „Orders“, um Bestellungen aus WooCommerce in FileMaker zu importieren.

Beispiellösung benötigt das MBS FileMaker Plugin

Für die Entwicklung der [Schnittstelle](#) wurde in der Beispieldatei das [MBS FileMaker Plugin](#) von Monkeybread Software verwendet. Das Plugin bietet alle Funktionen, die für eine [Schnittstelle](#) mit RESTful API erforderlich sind. Alternativ könnten auch Funktionen des kostenlos erhältlichen [Base Elements Plugin](#) genutzt werden, wenn die Software entsprechend umprogrammiert wird.

Voreinstellungen in der FileMaker-Lösung

Die Testversion für die FileMaker-Lösung der [Schnittstelle](#) zu einem WooCommerce Onlineshop können Sie [hier herunterladen](#).

Die Lösung liegt im [.fmp12-Format](#) für FileMaker 13 bis 15 vor und benötigt das MBS [FileMaker Plugin](#) mindestens in Version 4.4. Nachdem Sie das Zip-Archiv entpackt und die Lösung mit FileMaker gestartet haben, müssen Sie zunächst die Daten für die RESTful-API Ihres WooCommerce Onlineshops eintragen.

The screenshot shows the 'WooCommerce RESTful API Bestellungenimport' interface. Key data points include:

- RESTful API Zugangsdaten:**
 - Fremdsystem: WooCommerce API v3
 - API-URL: `http://www.lhrServer.de/wc-api/v3`
 - Endpunkt: `/orders`
 - Startobjekt: `orders`
 - Consumer-Key: `12345678901234567890123456789012345`
 - Consumer-Secret: `12345678901234567890123456789012345`
- Rechnungsanschrift:**
 - Firma: Testfirma
 - Vorname: Markus
 - Name: Schall
 - Anschrift: Gotenstr. 60
 - Land/PLZ/Ort: DE 26121 Oldenburg
- Lieferanschrift:**
 - Firma: Testfirma
 - Vorname: Markus
 - Name: Schall
 - Anschrift: Gotenstr. 60
 - Land/PLZ/Ort: DE 26121 Oldenburg
- Stammdaten der Bestellung:**
 - _Bestellnummer: 15285
 - ID: 15285
 - Datum_Bestellung: 05.12.2016
 - Bestellstatus: on-hold
 - Zahlungsmethode: Überweisung
 - Währung: EUR
- Bestellpositionen:**

Anz.	Artikel-Nr.	Artikelbezeichnung	MwSt.	Betrag
1		gFM-Business Custom Basic Mac, Windows, iPad, Einzelplatz	37,81	199,00
1		gFM-Business Custom Basic Mac, Windows, iPad, Mehrplatz	85,12	448,00
1		gFM-Business Light für Mac, Windows und iPad, Einzelplatzlizenz	56,81	299,00
- Datenausgabe:**
 - Datenausgabe JSON: `{ "orders": [{ "id": "15285", "order_number": "15285", "order_key": "wc_order_584534e9da8b6", "created_at": "2016-12-05T09:35:37Z", "updated_at": "2016-12-05T09:35:37Z", "completed_at": "2016-12-05T09:35:37Z" }] }`
 - Datenausgabe Bestellung: `{ "id": "15285", "order_number": "15285", "order_key": "wc_order_584534e9da8b6", "created_at": "2016-12-05T09:35:37Z" }`
 - Summe netto: 946,00
 - MwSt.: 179,74
 - Summe brutto: 1.125,74

Tragen Sie alle Daten in die mit gelber Farbe hinterlegten Felder ein:

- **API-URL** – URL Ihres Servers und die Endung `/wp-api/v3`
- **Endpunkt** – Standard: `/orders`
- **Startobjekt** – Standard: `orders`
- **Consumer-Key** – Consumer-Key, den Sie im WordPress-

Backend erstellt und notiert haben

- **Consumer-Secret** – Consumer-Secret, das Sie im WordPress-Backend erstellt und notiert haben

Wenn alle Daten korrekt eingetragen wurden, werden nach Klick auf die Schaltfläche *[Datenimport]* alle Bestellungen des angegebenen WooCommerce Onlineshops und die zugehörigen Kundendaten importiert.

Aufbau der FileMaker Beispieldatenbank

Die Beispieldatenbank für den Import von Shopbestellungen ist einfach aufgebaut und enthält folgende Datentabellen:

- **Bestellungen** – Stammdatensatz einer Bestellung, enthält folgende Felder:
 - `__ORDERS` (Daten aus dem Startobjekt „orders“, dient nur zur Veranschaulichung)
 - `_Bestellnummer` (Bestellnummer aus WooCommerce)
 - `_ID_Fremdsystem` ([Primärschlüssel](#) `[post_id]` aus WooCommerce)
 - `_pk_Bestellung_ID` ([Primärschlüssel](#))
 - `Bemerkungen` (Bemerkungen aus WooCommerce)
 - `Bestellstatus`
 - `Betrag_Gesamt_brutto`
 - `Betrag_Gesamt_netto`
 - `Betrag_MwSt`
 - `Betrag_MwSt_Positionen`
 - `Betrag_MwSt_Versandkosten`
 - `Betrag_Rabatt`
 - `Betrag_Versandkosten`
 - `Betrag_Zwischensumme`
 - `Datum_Bestellung`
 - `E-Mail`
 - `JSON_Ausgabe` (Globales Feld für Ausgabe der JSON-

Daten, wird im [Script](#) verwendet)

- Kunden_Nr_WC
- LiAdr_Anschrift (Lieferanschrift)
- LiAdr_Firma
- LiAdr_Ländercode
- LiAdr_Name
- LiAdr_Ort
- LiAdr_PLZ
- LiAdr_Vorname
- Mehrwertsteuersatz
- ReAdr_Anschrift (Rechnungsanschrift)
- ReAdr_Firma
- ReAdr_Ländercode
- ReAdr_Name
- ReAdr_Ort
- ReAdr_PLZ
- ReAdr_Vorname
- Status_bezahlt
- Telefon
- Versandmethode
- Währung
- Zahlungsmethode

▪ **Positionen** – [Tabelle](#) von Bestellpositionen, enthält folgende Felder:

- _Bestellnummer (Bestellnummer aus WooCommerce)
- _pk_Position_ID ([Primärschlüssel](#))
- Anzahl
- Artikel_Nr
- Artikelbezeichnung
- Betrag_MwSt
- Betrag_netto
- id ([Primärschlüssel](#) aus WooCommerce)
- product_id (ID des Produktes in WooCommerce)

▪ **Einstellungen** – Einstellungen zur WooCommerce RESTful

API

- Fremdsystem (Global) – Name des Fremdsystems (Nur verwendet bei Einsatz mehrerer Fremdsysteme)
- rf_URL (Global) – URL des Servers mit Pfad zur API
- rf_Benutzer (Global) – Benutzername/Consumer Key für RESTful API
- rf_Passwort (Global) – Passwort/Consumer Secret
- rf_Status_SSL (Global) – Status, ob SSL verwendet werden soll oder nicht
- rf_Endpunkt (Global) – Endpunkt der RESTful API
- rf_Startobjekt (Global) – Startobjekt innerhalb des Endpunktes

Die Tabellen „Bestellungen“ und „Positionen“ sind über den Schlüssel „_Bestellnummer“ miteinander verknüpft. Für die Integration in eigene FileMaker-Lösungen können die Felder in diesen Tabellen beliebig umbenannt werden. Die [Tabelle](#) „Einstellungen“ enthält keine Verknüpfung, weil alle Felder global definiert wurden. Wenn mehrere Drittsysteme mit RESTful API angebunden werden sollen, ist es empfehlenswert, die Felder nicht als globale Felder zu definieren und einen [Primärschlüssel](#) zur Auswahl des Fremdsystems hinzuzufügen.

Anmeldung an der RESTful API

Die FileMaker Beispiellösung enthält zwei Teilscripte, mit denen die Bestelldaten aus dem Onlineshop in FileMaker importiert werden können. Im [Script](#) „ts.Query_REST_API“ erfolgt zunächst die Anmeldung am [Server](#). Dazu werden mit dem MBS-Plugin entsprechende cURL-Funktionen mit folgendem Ablauf aufgerufen:

- Neue cURL-Session öffnen
- URL für REST-API setzen
- Logindaten setzen

- Header-Option setzen
- SSL setzen
- Log-Messages einschalten
- Abfrage ausführen mit Meldung bei Fehler
- Ergebnis in das Feld `[Bestellungen::JSON_Ausgabe]` schreiben
- cURL-Session schließen, Cleanup

```

1 # Neue CURL-Session
2 Variable setzen [$curl; Wert:MBS("CURL.New")]
3 # URL für REST-API setzen
4 Variable setzen [$r; Wert:MBS("CURL.SetOptionURL"; $curl; Einstellungen::rf_URL & Einstellungen::rf_Endpunkt)]
5 # Logindaten setzen
6 Variable setzen [$u; Wert:MBS("CURL.SetOptionUsername"; $curl; Einstellungen::rf_Benutzer)]
7 Variable setzen [$p; Wert:MBS("CURL.SetOptionPassword"; $curl; Einstellungen::rf_Passwort)]
8 Variable setzen [$a; Wert:MBS("CURL.SetOptionHTTPAuth"; $curl; 15 )]
9 # Header-Option setzen
10 Variable setzen [$h; Wert:MBS("CURL.SetOptionHTTPHeader"; $curl; "Content-Type: application/json"; "Expect:" )]
11 # SSL setzen
12 Variable setzen [$s; Wert:MBS("CURL.SetOptionSSLVerifyHost"; $curl; Wenn(IstLeer(Einstellungen::rf_Status_SSL); 0; 1 ))]
13 Variable setzen [$v; Wert:MBS("CURL.SetOptionSSLVerifyPeer"; $curl; 0 )]
14 # Log-Messages einschalten
15 Variable setzen [$l; Wert:MBS("CURL.SetOptionVerbose"; $curl; 1 )]
16 # Abfrage ausführen
17 Variable setzen [$error; Wert:MBS("CURL.Perform"; $curl )]
18 # Fehlermeldungen
19 Variable setzen [$errormessage; Wert:MBS("CURL.GetDebugAsText"; $curl)]
20 Wenn [$error ≠ "OK"]
21   Eigenes Dialogfeld anzeigen ["Error"; $error & " | " & $errormessage]
22   Aktuelles Script verlassen []
23 Ende (wenn)
24 # Ergebnis
25 Variable setzen [$output; Wert:MBS("CURL.GetResultAsText"; $curl)]
26 Feldwert setzen [Bestellungen::JSON_Ausgabe; $output]
27 # Cleanup
28 Variable setzen [$c; Wert:MBS("CURL.Cleanup"; $curl )]

```

JSON-Daten der Schnittstelle auslesen

Mit dem zweiten Teilsript „ts.Parse_JSON_Bestellungen_WC“ werden die vom [Server](#) gelieferten JSON-Daten ausgelesen und in die einzelnen Felder der Tabellen „Bestellungen“ und „Positionen“ eingetragen. Dabei werden zunächst alle Daten aus dem Startobjekt „orders“ (siehe Feld „Startobjekt“ in den Einstellungen) in die [Variable](#) \$ordersJSON geschrieben. Darauf folgt eine Haupt-Ausführungsschleife zum Auslesen aller Bestellungen und eine weitere Ausführungsschleife für den Import aller Positionen zu einer Bestellung. Ein Zugriff auf den [Server](#) erfolgt in diesem [Script](#) nicht mehr.

```

1 Variable setzen [$json; Wert:Bestellungen::JSON_Ausgabe]
2 Variable setzen [$ordersJSON; Wert:MBS("JSON.GetObjectItem"; $json; Einstellungen::rf_Startobjekt)]
3 Variable setzen [$counter; Wert:0]
4 # Vorhandene Datensätze löschen
5 Alle Datensätze löschen [Ohne Dialogfeld]
6 Gehe zu Layout ["sys.Positionen" (Positionen)]
7 Alle Datensätze löschen [Ohne Dialogfeld]
8 Gehe zu Layout [Originallayout]
9 # Haupt-Ausführungsschleife
10 Schleife (Anfang)
11 Variable setzen [$order; Wert:MBS("JSON.GetArrayItem"; $ordersJSON; $counter)]
12 Verlasse Schleife wenn [IstLeer($order)]
13 Variable setzen [$counter; Wert:$counter + 1]
14 # STAMMDATENSATZ
15 Variable setzen [$ID_Fremdsystem; Wert:MBS("JSON.GetIntegerValue"; MBS("JSON.GetObjectItem"; $order; "id" ))]
16 Variable setzen [$Bestellnummer; Wert:MBS("JSON.GetIntegerValue"; MBS("JSON.GetObjectItem"; $order; "order_number" ))]
17 Variable setzen [$Datum_Bestellung; Wert:MBS("JSON.GetStringValue"; MBS("JSON.GetObjectItem"; $order; "created_at" ))]
    (...)
51 # Stammdatensatz erzeugen
52 Neuer Datensatz/Abfrage
53 Feldwert setzen [Bestellungen::_ORDERS; $order]
54 Feldwert setzen [Bestellungen::_ID_Fremdsystem; $ID_Fremdsystem]
55 Feldwert setzen [Bestellungen::_Bestellnummer; $Bestellnummer]
56 Feldwert setzen [Bestellungen::_Datum_Bestellung; $Datum_Bestellung]
    (...)
89 # BESTELLPOSITIONEN
90 Gehe zu Layout ["sys.Positionen" (Positionen)]
91 Variable setzen [$counter_pos; Wert:0]
92 Schleife (Anfang)
93 Variable setzen [$position_id; Wert:Austauschen(MBS("JSON.GetObjectItemTree"; $order; "line_items"; $counter_pos; "id");
94 Verlasse Schleife wenn [IstLeer($position_id)]
95 Variable setzen [$Anzahl; Wert:Austauschen(MBS("JSON.GetObjectItemTree"; $order; "line_items"; $counter_pos; "quantity"
    (...)
101 # Neue Position erfassen
102 Neuer Datensatz/Abfrage
103 Feldwert setzen [Positionen::_Bestellnummer; $Bestellnummer]
104 Feldwert setzen [Positionen::id; $position_id]
105 Feldwert setzen [Positionen::Anzahl; $Anzahl]
    (...)
111 Variable setzen [$counter_pos; Wert:$counter_pos + 1]
112 Schleife (Ende)
113 Gehe zu Layout [Originallayout]
114 Schleife (Ende)

```

Alle Felder der Lieferanschrift (shipping_address), Rechnungsanschrift (billing_address) und Belegpositionen (line_items) befinden sich in einer Baumstruktur und müssen mit dem Befehl: MBS(„JSON.GetObjectItemTree“; json; names)

aus dem entsprechenden Baum ausgelesen werden. Alle anderen Felder können ganz normal mit den Funktionen MBS(„JSON.GetStringValue“; json) oder MBS(„JSON.GetIntegerValue“; json) ausgelesen werden.

Download FileMaker Beispiel-Datenbank

Die FileMaker-Beispieldatenbank können Sie [hier herunterladen](#) und mit einem beliebigen WooCommerce Onlineshop testen. Die öffentliche Version ist für die Bearbeitung von Felddefinitionen und Scripten gesperrt. Sie möchten mit der Beispiellösung sofort starten und die Lösung an Ihre eigenen Anforderungen anpassen? Dann nehmen Sie gerne [Kontakt](#) mit uns auf.



FileMaker Schnittstelle

WooCommerce-Bestellungen per RESTful API in FileMaker importieren

Anleitung für den Import von Shopbestellungen aus einem WooCommerce Onlineshop in eine FileMaker-Datenbank über die WooCommerce RESTful API.