



Elasticsearch Search & Faceted Navigation **Benutzerhandbuch**

PrestaShop-Modul, Version 4.21.0 · Kompatibel mit PrestaShop 1.7.7 bis 9 · PHP 7.1 oder neuer

Sofortige, tippfehlertolerante Suche **mit einem modernen Filterpanel**

Dieses Modul ersetzt die eigene Suche von PrestaShop durch eine echte Suchmaschine, entweder **Elasticsearch**, **OpenSearch** oder **Meilisearch**, und fügt eine moderne, vollständig konfigurierbare Facettennavigation hinzu. Kunden erhalten eine sofortige Autovervollständigung mit Vorschaubildern und Preisen, tippfehlertolerante Ergebnisse und ein übersichtliches "Filter"-Erlebnis in einem Modal-Fenster. Die Preise, die einem Kunden angezeigt werden, sind immer der exakte, live berechnete Preis für seine Kundengruppe und Währung: Beim Checkout wird niemals ein zwischengespeicherter oder indexierter Wert angezeigt. Für den Start ist kein externer Server nötig: Sobald Sie seinen Hauptschalter einschalten (Abschnitt 1), arbeitet das Modul mit der nativen Suche von PrestaShop, und Sie können jederzeit eine externe Suchmaschine anbinden, sobald Sie bereit sind. Dieses Handbuch behandelt jeden Reiter des Konfigurationspanels, jede Option in jedem Reiter sowie die Schritt-für-Schritt-Anleitungen für die Aufgaben, die ein Shopbetreiber tatsächlich benötigt: Installation, Wahl einer Suchmaschine, Indexierung des Katalogs, Erstellen von Filtern, Anlegen einer Filtervorlage, Schreiben einer Merchandising-Regel, Veröffentlichen einer SEO-Filterseite und Auswerten der Suchstatistiken.

1. Installation und erste Schritte

1. Gehen Sie im Backoffice zu **Module → Modulmanager → Modul hochladen** und wählen Sie die ZIP-Datei des Moduls aus.
2. Klicken Sie nach der Installation auf **Konfigurieren**, um die eigene Backoffice-Seite des Moduls zu öffnen. Sie erscheint zusätzlich als eigener Eintrag im Hauptmenü des Backoffice.
3. Das Modul wird standardmäßig mit der **nativen** Suchmaschine installiert, wobei Facettennavigation und Autovervollständigung bereits auf Ja stehen, der Hauptschalter **Front-Office-Suche aktivieren** jedoch auf Nein: Die Installation ändert für Kunden also nichts, bis Sie es entscheiden. Um live zu gehen, stellen Sie diesen Schalter im Reiter **Sucheinstellungen** auf Ja und speichern: Suche, Filter und Autovervollständigung funktionieren dann sofort mit der nativen Suchmaschine, ohne externen Server und ohne weitere Konfiguration. Alles, was ab hier in diesem Handbuch beschrieben wird, ist Feinabstimmung und keine Voraussetzung für den Livebetrieb.

Updates erfolgen automatisch. Updates sind inklusive und werden genauso installiert wie die Erstinstallation, über den Modulmanager. Die Konfigurationsseite zeigt direkt neben dem Logo ein Statusabzeichen mit der aktuell installierten Version und, sofern eine neuere existiert, deren Versionsnummer, sodass Sie auf einen Blick sehen, ob ein Update verfügbar ist. Kann der Webserver nicht in den Ordner des Moduls schreiben, weist eine Warnung auf der Seite, die sich mit

Konfigurieren öffnet, darauf hin, damit Sie die Berechtigungen korrigieren können, bevor ein Update fehlschlägt.

Das Modul setzt PrestaShop 1.7.7 oder neuer und PHP 7.1 oder neuer voraus. Für die native Suchmaschine wird keine PHP-Erweiterung benötigt, die über das hinausgeht, was PrestaShop selbst bereits voraussetzt. Für die Anbindung von Elasticsearch, OpenSearch oder Meilisearch wird lediglich ausgehender HTTP- oder HTTPS-Zugriff vom PrestaShop-Server zu diesem Suchserver benötigt.

2. Wahl einer Suchmaschine (Reiter Verbindungen)

Öffnen Sie den Reiter **Verbindungen** und wählen Sie Ihre **Suchmaschine**. Jeder andere Reiter des Moduls kommuniziert über dieselbe Abstraktionsschicht mit der Suchmaschine, sodass sich der Shop unabhängig vom gewählten Backend gleich verhält. Beim Wechsel der Suchmaschine wird der alte Index nicht übernommen: Führen Sie nach dem Wechsel zu (oder zwischen) Elasticsearch, OpenSearch oder Meilisearch eine vollständige Neuindexierung im Reiter Dashboard durch (siehe Abschnitt 13).

Optionen der Suchmaschine

- **Nativ:** kein externer Server. Das Modul liest direkt aus Ihrer PrestaShop-Datenbank. Nichts zu indexieren, nichts zu warten, und die empfohlene Wahl, wenn Sie keinen dedizierten Suchserver betreiben möchten oder einen kleinen bis mittleren Katalog haben. Bei dieser Suchmaschine gibt es keinen Analyzer und kein Relevanz-Scoring, weshalb eine Reihe von Optionen im Reiter Sucheinstellungen hier deaktiviert angezeigt wird (siehe Abschnitt 4); die eigene Tippfehlertoleranz des Moduls funktioniert dennoch.
- **Elasticsearch:** unterstützt die Hauptversionen **6, 7, 8 und 9**, automatisch erkannt, einschließlich der Unterschiede in der Mapping-Syntax zwischen 6.x und 7.2 oder neuer. Empfohlen für große Kataloge oder immer dann, wenn Sie schnelle Ergebniszähler pro Wert bei den Filtern benötigen, da die Suchmaschine diese Zähler zusammen mit den Ergebnissen zurückliefert.
- **OpenSearch:** wird automatisch erkannt und wie ein modernes Cluster behandelt, unabhängig davon, ob es sich um Version 1.x, 2.x oder 3.x handelt.
- **Meilisearch:** eine schlanke, selbst gehostete Alternative mit starker integrierter Tippfehlertoleranz und einem einfach zu betreibenden Server, ohne dass ein JVM-basiertes Cluster betrieben werden muss. Einige wenige Funktionen verhalten sich bei Meilisearch anders oder stehen dort nicht zur Verfügung; jede davon wird an der entsprechenden Stelle in diesem Handbuch genannt (Ergebniszähler bei Facetten mit Wertgruppen, einige Optionen im Reiter Sucheinstellungen sowie eine in Abschnitt 4 beschriebene Lastobergrenze).

Verbindungseinstellungen für Elasticsearch / OpenSearch

- **Aktiv:** welcher der eingetragenen Server tatsächlich verwendet wird. Tragen Sie einen oder mehrere Server ein und markieren Sie einen davon als aktiv.
- **Name, Schema, Host, Port:** die Adresse des Servers. Bei einem gemeinsam genutzten oder gehosteten Cluster können Sie eine vollständige URL, einschließlich eines Pfads, direkt in das Feld Host eintragen (zum Beispiel `https://cluster.provider.com/my-space`).
- **Basic-Auth-Benutzer / Passwort und API-Schlüssel:** Authentifizierung, sofern Ihr Server dies verlangt. Einmal gespeichert, werden Passwort und API-Schlüssel nie wieder in die Seite geschrieben: Das Feld bleibt leer mit dem Hinweis "Gespeichert, leer lassen, um es beizubehalten". Lassen Sie es leer, um den gespeicherten Wert zu behalten, geben Sie einen neuen ein, um ihn zu ersetzen, oder setzen Sie das Häkchen bei **Gespeichertes Passwort und API-Schlüssel entfernen**, um beide zu löschen. Ein gespeicherter Wert bleibt nur für denselben Server erhalten: Wenn Sie Schema, Host, Port oder Basispfad ändern, geben Sie Passwort und API-Schlüssel erneut ein.
- **Basispfad:** ein optionales Pfadpräfix, das jeder Anfrage vorangestellt wird, nützlich für gemieteten Suchplatz auf einer gemeinsam genutzten Instanz. Bei einem dedizierten Cluster leer lassen.
- **Testen:** prüft, ob der Server mit den aktuell im Formular stehenden Werten antwortet (nicht zwingend den bereits gespeicherten), und meldet die erkannte Suchmaschine samt Version. Eine Zugangsangabe, die tatsächlich nicht gespeichert werden konnte, wird von der Testfunktion nicht mehr als in Ordnung gemeldet (siehe Hinweis unten).

- **Entfernen:** löscht diese Serverzeile.

Verbindungseinstellungen für Meilisearch

Ein einzelner Host: Schema, Host, Port, ein API-Schlüssel (Master oder eingeschränkt) und ein optionaler Basispfad, mit derselben Bedeutung wie oben. Der gespeicherte API-Schlüssel wird genauso behandelt: Er wird nie wieder angezeigt, bleibt bei leerem Feld für denselben Server erhalten und wird mit **Gespeicherten API-Schlüssel entfernen** gelöscht.

Gemeinsame Einstellungen

- **Index-Präfix (Namensraum):** versieht jeden Index für jede Suchmaschine mit einem eigenen Namensraum, einschließlich der Index-Kennungen von Meilisearch. Auf einer Suchinstanz, die mit anderen Shops oder Umgebungen geteilt wird, hält dies Ihre Daten von deren Daten getrennt. Eine neue Installation startet mit einem eigenen zufälligen Präfix, `ps_c1l_` gefolgt von sechs Zeichen, sodass zwei Shops, die sich eine Suchmaschine teilen, nie die Indizes des anderen berühren; eine von einer früheren Version aktualisierte Installation behält ihr bisheriges Präfix. Wenn Sie das Feld leeren, wird `ps_c1l` gespeichert.

Im Multistore-Betrieb sind die Verbindungseinstellungen pro Shop hinterlegt: Ein Shop ohne eigene Überschreibung verwendet die globale Standardeinstellung. So können zwei Shops derselben PrestaShop-Installation zwei unterschiedliche Suchmaschinen parallel betreiben, zum Beispiel einer mit Elasticsearch und der andere mit Meilisearch.

Ein Passwort oder eine Einstellung mit dem Zeichen "kleiner als" verschwand früher beim Speichern kommentarlos. Dies wurde behoben: Jeder gespeicherte Wert, der durch die eigene Bereinigung von PrestaShop beschädigt werden könnte, ist jetzt geschützt, und jeder Wert, der nicht geschrieben werden konnte, wird als Fehler gemeldet statt fälschlich als gespeichert bestätigt. Wenn Sie Passwörter für Ihren Suchserver generieren, gibt es keinen Grund mehr, ein bestimmtes Zeichen zu vermeiden; das Modul teilt Ihnen jetzt klar mit, wenn ein empfangener Wert nicht gespeichert werden kann, statt stillschweigend den alten Wert zu behalten.

Search engine

Engine

Elasticsearch

Native (PrestaShop) works out of the box with no external engine and nothing to index. Choose Elasticsearch, OpenSearch or self-hosted Meilisearch for faster, typo-tolerant search on very large catalogs; switching to an external engine requires a full reindex.

Elasticsearch / OpenSearch servers

Add one or more servers and pick the active one. Supports ES 6.x to 9.x and OpenSearch 1.x to 3.x. For shared/hosted clusters you can put a full URL WITH a path (e.g. `https://cluster.host/my-space`) in the Host field, or use the Base path field.

Active	Name	Scheme	Host	Port	
☒	default	http	ps-dev-es6	9200	Test

Basic auth user

elastic

Basic auth password

Stored, leave empty to keep it

API key (base64, optional)

Remove

☐ Remove the stored password and API key

Base path (shared-hosting namespace, optional)

/my-space

Prepended to every request path. Leave empty for a dedicated cluster.

+ Add server

Index prefix (namespace)

ps_cil_7f3a9c

Namespaces every index for all engines (also the Meilisearch index uids). On a shared instance this is what isolates your data.

Verbindungen: Suchmaschine wählen, einschließlich "Nativ", einen oder mehrere Server hinzufügen, die Verbindung testen und ein Index-Präfix festlegen.

3. Sucheinstellungen, Teil eins: Hauptschalter, Position des Filterblocks und individuelle Themes

Der Reiter **Sucheinstellungen** ist der umfangreichste im Panel und in vier Gruppen unterteilt. Dieser Abschnitt behandelt die ersten beiden: die Hauptschalter und die Position des Filterblocks, sowie die drei Felder, die speziell für individuelle Themes gedacht sind. Die Analyzer-Filter, die Tippfehlertoleranz und die Feineinstellungen der Abfrage werden in Abschnitt 4 behandelt.

Hauptschalter

Jede der folgenden Optionen ist ein einfacher Ja/Nein-Schalter für den gesamten Shop:

- **Front-Office-Suche aktivieren:** der Hauptschalter des Moduls im Onlineshop. Bei einer neuen Installation steht er auf Nein, sodass sich für Kunden nichts ändert, bis Sie ihn einschalten.
- **Native Suche übernehmen:** wenn aktiviert, ersetzen die Ergebnisse des Moduls die eigene Suchergebnisseite von PrestaShop.
- **Bei Störung automatisch auf native Suche zurückfallen:** wird die externe Suchmaschine nicht erreichbar, arbeitet der Shop mit der nativen Suche weiter, statt Kunden einen Fehler anzuzeigen. Dasselbe gilt für eine einzelne Liste, auf die die Suchmaschine mit einem Fehler antwortet: Bei eingeschaltetem Schalter wird diese Seite von der nativen Suche statt mit einer leeren Liste ausgeliefert. Unabhängig von diesem Schalter wird eine Suchmaschine, die nicht mehr antwortet, in eine Zeitüberschreitung läuft oder mit einem Serverfehler antwortet, 30 Sekunden lang in Ruhe gelassen; danach entscheidet eine einzige kurze Prüfung, ob sie wieder da ist. So bremst eine langsame oder blockierte Suchmaschine die Seiten des Shops nie aus; Produktänderungen, die ihr in der Zwischenzeit nicht übermittelt werden konnten, kommen in eine Warteschlange und werden beim nächsten Cron-Aufruf gesendet (Abschnitt 13).
- **Autovervollständigung:** das Vorschlagsfeld, das sich beim Tippen im Suchfeld öffnet.
- **Suchwidget im Header und natives Suchfeld ersetzen:** ob das Modul sein eigenes Sucheingabefeld anstelle des nativen von PrestaShop bereitstellt.
- **Facettenavigation:** das Filterpanel selbst.
- **Facetten auch auf der Suchergebnisseite anzeigen:** standardmäßig erscheinen Facetten auf Kategorieseiten; dieser Schalter erweitert sie auch auf die Suchergebnisseite. Sie setzen voraus, dass **Native Suche übernehmen** eingeschaltet ist: Ohne diesen Schalter ist die Suchseite die eigene Liste von PrestaShop, und die Filter werden dort nicht angezeigt.
- **AJAX-Facettenavigation:** das Anwenden eines Filters aktualisiert das Produktraster ohne vollständigen Seitenneuladung.
- **AJAX für Seitenwechsel / Sortierung / Seitengröße:** standardmäßig aus. Wenn aktiviert, geschieht auch der Wechsel der Seite, der Sortierreihenfolge oder der Seitengröße ohne vollständiges Neuladen; siehe "Die nächste Seite erscheint als" weiter unten für die drei möglichen Varianten.
- **Filter auch auf den Seiten für Marken, Lieferanten, Neue Produkte, Preissenkungen und Bestseller:** erweitert die Facettenavigation über Kategorien und Suche hinaus auf diese fünf Listenseiten. Jede von ihnen behält ihre eigene natürliche Produktmenge und ihre eigene Standardsortierung (Bestseller bleiben nach verkaufter Menge sortiert, Neue Produkte bleiben nach Neuheit sortiert); die Facette, die auf einer bestimmten Seite sinnlos wäre, wird dort automatisch weggelassen (zum Beispiel die Markenfacette auf der Seite einer Marke selbst). Diese Seiten nutzen die shopweite Facettenkonfiguration; Filtervorlagen (Abschnitt 7) werden ihnen nicht zugewiesen. Schalten Sie dies aus, um diese fünf Seiten wieder der nativen Auflistung von PrestaShop zu überlassen.

Bekannte Einschränkung der Themes Classic und Hummingbird. Diese beiden Themes, sowie jedes darauf aufbauende Theme, geben der Suchergebnisseite auf keiner PrestaShop-Version, von 1.7.1 bis 9.1, jemals eine linke Spalte: Das liegt daran, wie das Theme genau diese Seite gestaltet, nicht an einer Einschränkung der PrestaShop-Version, und kein Upgrade ändert daran etwas. Aus diesem Grund rendert das Modul den Filterblock über einen zweiten Hook auf Layout-Ebene auf jeder so aufgebauten Seite, sodass die Facetten der Suchseite unabhängig von der Version funktionieren. Bei den beiden Standard-Themes ist dies unsichtbar. Der einzige Fall, den dies nicht abdeckt, ist ein Theme, das genau diesen Layout-Hook für eigene Zwecke überschreibt; verwenden Sie in einem solchen Fall die weiter unten beschriebene Positionstabelle, die die Dateien des aktiven Themes ausliest und Ihnen mitteilt, welche Position tatsächlich funktioniert.

Oberfläche der Facettennavigation

Zwei Möglichkeiten: ein **Modal-Popup** (empfohlen), das über eine "Filter"-Schaltfläche oberhalb des Produktrasters geöffnet wird, oder eine **klassische linke Seitenleiste**. Die Seitenleisten-Oberfläche lässt die unten stehende Positionseinstellung das Layout vollständig steuern; bei der Modal-Oberfläche hebt das eigene Skript des Moduls die "Filter"-Leiste stets direkt über das Raster, unabhängig davon, welche Position Sie wählen (siehe Hinweis weiter unten).

Position des Filterblocks

Sieben Möglichkeiten: **Automatisch** (Standard: linke Spalte bei einem Seitenlayout mit Spalte, oberhalb des Rasters bei einem Layout ohne Spalte), **Linke Spalte**, **Rechte Spalte**, **Oberhalb des Produktrasters** (volle Breite), **Unter der Kategorieüberschrift**, **Unter dem Seitenkopf** (volle Breite), und **Wo das Theme es aufruft**, was über den eigenen Hook des Moduls, `displayCllEssearchFilter`, gerendert wird, sodass ein Theme, das `{hook h='displayCllEssearchFilter' mod='cll_essearch'}` in eine seiner eigenen Vorlagen einfügt, den Block an beliebiger Stelle platzieren kann.

Neben dem Dropdown listet eine Live-Tabelle jede Position auf, ob sie im verwendeten Theme tatsächlich nutzbar ist und warum. Sie wird erstellt, indem die eigenen Vorlagendateien des aktiven Themes (und des Themes, von dem es erbt) ausgelesen werden, um zu sehen, welche Hooks es aufruft, sowie die Layouts seiner Produktlistenseiten, um zu sehen, welche Spalten diese Seiten tatsächlich haben; eine Position, die zwar technisch verhakt ist, aber auf einem Layout ohne Spalte in voller Breite liegt, wird korrekterweise als nicht nutzbar gemeldet. Im Multistore-Kontext beantwortet die Tabelle, wenn Sie sich im Kontext "alle Shops" befinden, dies für jeden aktiven Shop, wobei die schlechteste Antwort gilt.

Bekannte Grenzen der Positionseinstellung, klar benannt statt verschwiegen:

- Bei der **Modal**-Oberfläche entscheidet die Position nur darüber, wo der Block im Seitenquelltext sitzt: Das Skript des Moduls hebt die "Filter"-Leiste weiterhin direkt über das Raster, denn genau dafür ist die Modal-Oberfläche gemacht. Wählen Sie die Seitenleisten-Oberfläche, wenn die Position das Layout vollständig steuern soll. "Wo das Theme es aufruft" ist die einzige Ausnahme: hier bleibt der Block genau dort, wo das Theme ihn platziert hat.
- Bei der **Seitenleisten**-Oberfläche zeichnen die beiden Positionen innerhalb des Inhalts sowie "Unter dem Seitenkopf" die Filterliste als vertikale Spalte, die auf die volle Breite des Inhaltsbereichs gestreckt ist. Das funktioniert und filtert korrekt, wurde aber für eine Spalte entworfen und sieht auch danach aus.

- Die Prüfung kann nur das auslesen, was das Theme in seinen Dateien preisgibt: Ein Theme, das einen Hook bedingt aus PHP oder unter einem Variablennamen aufruft, bleibt für sie unsichtbar. Eine als nicht nutzbar gemeldete Position bleibt daher auswählbar, und der Hinweis wiederholt sich beim Speichern einfach erneut.

Die nächste Seite erscheint als

Wird nur verwendet, wenn AJAX-Seitenwechsel aktiviert ist. Drei Möglichkeiten: **die nummerierte Seitennavigation des Themes** (bleibt für Suchmaschinen erhalten und erscheint wieder, sobald die unten beschriebene "Mehr laden"-Obergrenze erreicht ist), **eine Schaltfläche "Mehr laden"**, oder **unendliches Scrollen**. Beide letztgenannten Varianten hängen die nächste Seite unter die aktuelle an, statt sie zu ersetzen.

Bekannte Einschränkung: Ein Modul, das Produktkarten nach dem Aktualisieren des Rasters per JavaScript nachträglich verziert, etwa ein Wunschlisten-Herz-Symbol oder Bewertungssterne, verziert die durch "Mehr laden" oder unendliches Scrollen angehängten Karten nicht, da das von diesen beiden Modi ausgelöste Ereignis das Theme auffordert, die gesamte Liste zu ersetzen, was alles bereits Angehängte verwerfen würde. Der Wechsel der Seite über die nummerierte Seitennavigation, das Sortieren und das Ändern der Seitengröße sind davon nicht betroffen.

Maximal in Folge geladene Seiten

Die Obergrenze für "Mehr laden" und unendliches Scrollen (1 bis 50). Ist sie erreicht, erhält der Besucher wieder die normale Seitennavigation. Halten Sie diesen Wert bei einem großen Katalog niedrig: Jede angehängte Seite bleibt im Browser bestehen, und eine Seite mit tausenden Produkten wird beim Scrollen langsam.

Auswahl der Produkte pro Seite

Eine durch Kommas getrennte Liste, zum Beispiel `12,24,48`. Leer lassen (Standard) für kein Dropdown. Ist das Feld ausgefüllt und AJAX-Seitenwechsel aktiviert, zeichnet das Modul sein eigenes Dropdown für Produkte pro Seite oberhalb des Rasters und wendet die Auswahl ohne Neuladen an.

Drei Felder für individuelle Themes

Diese Felder sind speziell für Themes mit nicht standardmäßigem Markup gedacht und sollten bei den Standard-Themes Classic oder Hummingbird, oder allem, was darauf aufbaut, leer bleiben, da das Modul diese bereits automatisch erkennt. Ein falscher oder leerer Selektor entfernt niemals die eigenen Steuerelemente des Moduls: Passt er auf nichts oder ist er kein gültiges CSS, greift das Modul auf seine eigene Erkennung oder seine eigene Schaltfläche zurück, sodass ein Tippfehler hier Kunden niemals ohne Suche oder Filter zurücklassen kann.

Feld	Wann verwenden
CSS-Selektor der Produktliste	AJAX-Filterung aktualisiert das Produktraster in einem individuellen Theme nicht. Geben Sie den CSS-Selektor des Rastercontainers ein, zum Beispiel <code>#product-list</code> oder <code>.products</code> .
CSS-Selektor des Suchfelds	Die Autovervollständigung aktiviert sich nicht, weil die Suchleiste des Themes nicht das Standardmarkup von PrestaShop verwendet. Geben Sie den CSS-Selektor des Eingabefelds ein. Das Ausfüllen dieses Felds blendet das eigene Suchwidget des Moduls aus, sodass niemals zwei Suchfelder gleichzeitig angezeigt werden.

CSS-Selektor der Filter-Schaltfläche	Das Theme zeichnet bereits seine eigene "Filter"-Schaltfläche. Geben Sie deren CSS-Selektor ein: Diese Schaltfläche öffnet dann das eigene Filterpanel dieses Moduls, und nur die eigene Schaltfläche des Moduls wird ausgeblendet. Alles im Panel, einschließlich des Preisreglers, bleibt exakt gleich. Wird nur mit der Modal-Oberfläche verwendet.
--------------------------------------	--

Autocomplete Yes	Header search widget Yes	Replace the native search box (single search box) Yes
Faceted navigation Yes	Show facets on the search results page too Yes	AJAX faceted navigation (no page reload) Yes
AJAX pagination, sort and page size (no page reload) No	Filters on the brand, supplier, new products, price drops and best sellers pages too Yes	

How the filter block reaches the search results page: the Classic and Hummingbird themes lay that page out full width, with no left column, on every PrestaShop version from 1.7.1 to 9.1 alike. That is not a version limitation and no upgrade changes it, so the module renders the block from a second, layout-level hook on any page shaped that way. If your own theme puts the filters somewhere you do not expect on the search page, choose an explicit position in Filter block position below.

Faceted navigation UI Modal popup (recommended)	Filter block position Automatic (recommended)
---	---

Modal: a "Filters" button above the grid opens a two-pane popup.
Sidebar: the classic left-column filter list.

Read the list on the right before choosing: it says what each position does and whether it works on the theme in use.

Important with the MODAL filter UI: the position decides where the block sits in the page source, but the module's own script still lifts the "Filters" bar to just above the product grid, because that is what the modal UI is. So on a modal shop the position changes nothing visible except with "Where the theme calls it", which is left exactly where you put it. Choose the sidebar UI above if you want the position to govern the layout in full.

With the SIDEBAR filter UI in the two in-content positions and under the site header, the filter list is drawn as it is, that is a vertical list stretched to the full width of the content. It works, but it was drawn for a column: check the result before leaving it on a shop.

What each position does, and whether your theme supports it (classic)

✔ Automatic (recommended)

The theme left column on pages that have one, above the product grid on pages that do not. This is what the module did before this setting existed, so leaving it here changes nothing.

✔ Left column `displayLeftColumn`

Only the left column. Pages whose layout has no left column (the search page of the classic theme, any full-width category) show no filters at all.

✘ Right column `displayRightColumn`

Only the right column. Beware: the stock classic and hummingbird themes do have a right column, but they put every product listing on a layout that has none, so this position renders nothing there until the listing layouts are changed on the Design / Theme page. The verdict on the left of this line says whether it works on the theme you are running.
Right column: this theme does call the hook, but none of its product listings uses a page layout that has that column, so the block would not appear anywhere. Change the layout of the listing pages on the Design / Theme page first, or pick another position. (on classic)

✔ Above the product grid, full width `displayContentWrapperTop`

Inside the content area, over the grid, on every listing. The usual choice for a full-width theme.

✔ Under the category heading `displayHeaderCategory`

Between the category title/description and the product grid.

✔ Under the site header, full width `displayNavFullwidth`

Above the breadcrumb, edge to edge. The block spans the page rather than the content column.

✘ Where the theme calls it `displayClEssearchFilter`

The block renders only where your theme calls the module hook, and nowhere else. Add this line to the theme template, at the spot you want:
(hook h='displayClEssearchFilter' mod='cl_essearch')
Where the theme calls it: this theme never calls that hook, so the block would not appear anywhere (on classic)

How this is checked: the module reads the .tpl files of the theme in use and of the theme it inherits from to see which hooks it calls, and the page layouts of the product listings to see which columns those pages actually have. In multistore it answers for every active shop when you are in the "all shops" context, and the worst answer wins. A theme that calls a hook from PHP, or with a variable name, cannot be seen by this check: a position reported as unusable therefore stays selectable, and you are warned again when you save it.

Next page arrives as

The theme numbered pagination

Only used when AJAX pagination is on. The button and the infinite scroll add the next page under the current one; the numbered pagination is kept in the page for search engines and comes back when the limit below is reached.

Known limit of the button and the infinite scroll: modules that decorate the product cards from JavaScript after the list is refreshed (wishlist hearts, review stars) do not decorate the cards that are appended, because the event they listen to asks the theme to replace the whole list, which would throw away everything already added. Changing page, sorting and changing the page size are not affected.

Maximum pages added in a row

5

Ceiling for the "Load more" button and the infinite scroll. Once reached, the visitor gets the normal pagination back. Keep it low on a large catalogue: every appended page stays in the browser and a page holding thousands of products becomes slow to scroll.

Products-per-page choices

12,24,48

Comma-separated list, e.g. 12,24,48. Leave empty (default) for no dropdown. When filled and AJAX pagination is on, the module draws its own products-per-page dropdown above the grid and applies the choice without reloading.

Product list CSS selector (custom themes)	Search box CSS selector (custom themes)
---	---

Sucheinstellungen: Hauptschalter, die Oberfläche der Facettennavigation, die Positionstabelle des Filterblocks und die drei Selektoren für individuelle Themes.

4. Sucheinstellungen, Teil zwei: Analyzer-Filter, Tippfehlertoleranz

und Feineinstellungen der Abfrage

Suchfilter (Analyzer)

Diese gelten **nur für Elasticsearch und OpenSearch** und erfordern nach jeder Änderung eine vollständige Neuindexierung, um wirksam zu werden; sie werden bei der nativen Suchmaschine deaktiviert angezeigt, da diese keinen eigenen Analyzer besitzt, sowie bei Meilisearch, das ein eigenes, separates Modell für die Tippfehlertoleranz verwendet (dessen gespeicherte Werte bleiben erhalten und gehen nicht verloren, für den Tag, an dem Sie die Suchmaschine wechseln).

- **Elisionsfilter:** entfernt einen einem Wort vorangestellten Artikel, zum Beispiel wird aus dem französischen "l'avion" "avion". Die Liste der zu elidierenden Artikel ist bearbeitbar.
- **Kleinschreibungsfilter:** Suche ohne Berücksichtigung von Groß- und Kleinschreibung.
- **Stoppwortfilter:** ignoriert häufige Füllwörter. Lassen Sie die Liste leer, um die eigene Standard-Stoppwortliste von Elasticsearch für die jeweilige Sprache zu verwenden.
- **Sprachspezifischer Stemmer:** führt ein Wort auf seinen Wortstamm zurück, sodass eine Suche nach "Schuh" auch "Schuhe" findet. Für Begriffe, die dadurch verfälscht würden, steht eine Ausschlussliste zur Verfügung. Die Sprache des Stemmers richtet sich nach der Sprache des Shops. Polnisch wird ohne Stemming indexiert, weil der in Elasticsearch und OpenSearch eingebaute Stemmer kein Polnisch kennt; die Tippfehlertoleranz gilt weiterhin.
- **Alias-/Synonymfilter:** eine Regel pro Zeile, zum Beispiel `tv, television, telly`.

Tippfehlertoleranz (native Engine)

Eine Einstellung, die spezifisch für die **native Suchmaschine** ist, unabhängig von der bei Elasticsearch und OpenSearch verfügbaren Rechtschreibkorrektur (Fuzziness) und unabhängig vom eigenen Modell von Meilisearch. Findet eine exakte Suche bei der nativen Suchmaschine nichts, wird jedes unbekannte Wort durch das nächstliegende in Produkt- und Markennamen gefundene Wort ersetzt, und die korrigierten Ergebnisse werden mit einer Meldung wie "Keine Ergebnisse für X. Zeige stattdessen Ergebnisse für Y." angezeigt. Eine Suche, die bereits Treffer liefert, wird nie angerührt und kostet nichts zusätzlich: Das dahinterliegende Wörterbuch wird nur bei einer Seite mit null Ergebnissen abgefragt.

Das Wörterbuch wird durch den Cronjob, über die Schaltfläche **"Wörterbuch jetzt erstellen"** in diesem Reiter, oder automatisch beim ersten Auftreten einer ergebnislosen Suche in einem Shop ohne konfigurierten Cronjob aufgebaut. Es lernt die Wörter jedes Produkts, während dieses gespeichert wird, und aktualisiert sich einmal pro Woche selbst. Eine nur bei aktiver nativer Suchmaschine angezeigte Statustabelle listet pro Shop und Sprache auf, wie viele Wörter indexiert sind und ob der Aufbau des Wörterbuchs abgeschlossen ist.

Setzen Sie **"Falsch geschriebene Suchen korrigieren"** auf Nein, um dies bei der nativen Suchmaschine vollständig zu deaktivieren.

Abfrageeinstellungen

- **Mindestwortlänge:** Die Autovervollständigung beginnt ab dieser Zeichenzahl mit Vorschlägen (ab zwei Zeichen, wenn 0 eingestellt ist). Ein kürzerer Suchbegriff wird nicht ignoriert: Ab zwei Zeichen wird er exakt gesucht, ohne Tippfehlertoleranz (zum

Beispiel "tv" oder "hp"); ein einzelnes Zeichen findet bei einem Minimum von 2 oder mehr nichts, statt den ganzen Katalog aufzulisten. 0 bedeutet keine Mindestlänge.

- **Suchtyp:** Suche in mehreren Feldern (die im Reiter Dokumente, Abschnitt 5, ausgewählten Felder) oder nur im Feld Produktname.
- **Übereinstimmungstyp bei mehreren Feldern:** die Matching-Strategie von Elasticsearch (`best_fields` , `most_fields` , `cross_fields` , `phrase` oder `phrase_prefix`). Lassen Sie den Standardwert, sofern Sie nicht bereits genau wissen, warum Sie einen anderen benötigen.
- **Operator:** UND verlangt, dass jedes Suchwort irgendwo vorhanden ist; ODER verlangt nur eines davon.
- **Mindestanzahl an Übereinstimmungen:** ein Prozentsatz- oder Zählausdruck von Elasticsearch, zum Beispiel `75%` , der festlegt, wie viele der Suchwörter übereinstimmen müssen, wenn der Operator zulässt, dass einige fehlen.
- **Rechtschreibkorrektur (Fuzziness):** wie viele Zeichenänderungen Elasticsearch oder OpenSearch in einem Wort toleriert, bevor es nicht mehr als Treffer gilt: Aus, 1, 2, oder Automatisch (empfohlen, wobei sich die Toleranz an der Länge des Wortes orientiert).
- **Suche innerhalb des Wortes (Infix):** findet Treffer am Anfang, in der Mitte oder am Ende eines Wortes, nicht nur an dessen Beginn. Ist dies aktiviert, greifen möglicherweise einige der oben genannten Analyzer-Filter nicht.
- **Gewichtung: Name, Referenz, Beschreibung:** wie stark jedes Feld zur Relevanz beiträgt, wenn "Suchtyp" auf mehrere Felder eingestellt ist. Diese werden mit den bereits auf der eigenen Seite Shop-Parameter > Suche von PrestaShop konfigurierten Gewichtungen kombiniert, die direkt unter diesen drei Feldern zur Orientierung angezeigt werden.

Alle Analyzer-Filter und jedes Feld dieser Gruppe "Abfrageeinstellungen" außer der Mindestwortlänge und dem Operator werden bei der nativen Suchmaschine deaktiviert angezeigt, da diese direkt die Datenbank abfragt und keinen eigenen Analyzer oder eigenes Relevanz-Scoring besitzt. Ihre gespeicherten Werte bleiben erhalten und werden in dem Moment wieder wirksam, in dem Sie zu einer externen Suchmaschine wechseln.

Was Meilisearch in diesem Reiter ignoriert. Meilisearch besitzt ein eigenes Ranking-Modell und berücksichtigt weder den Suchtyp, den Übereinstimmungstyp bei mehreren Feldern, die Mindestanzahl an Übereinstimmungen, die Infix-Option noch die drei Gewichtungen pro Feld, ebenso wenig die Analyzer-Filter für Elision, Kleinschreibung und Stemmer. Diese Steuerelemente bleiben bei Meilisearch bewusst bearbeitbar: Ein deaktiviertes Feld wird nie übermittelt, und würde man dessen Fehlen speichern, ginge der Wert verloren, den Sie bei Elasticsearch gesetzt haben. So geht nichts verloren, es hat lediglich derzeit keine Wirkung. Synonyme, Stoppwörter und Rechtschreibkorrektur wirken bei Meilisearch sehr wohl. Auch die Rechtschreibkorrektur verhält sich dort anders: Bei Elasticsearch wirkt eine Änderung bereits bei der nächsten Suche, bei Meilisearch ist sie Teil der Indexeinstellungen und wirkt erst nach einer vollständigen Neuindexierung.

Search filters (analyzer)

☐ Elision filter

l,m,t,q,u,n,s,j

Articles to elide, e.g. "l'avion" → "avion".

☒ Lowercase filter

☐ Stop word filter

a,an,and,the,or,is,with,for,of

Empty = Elasticsearch default stop words.

☐ Language stemmer

words,to,keep

Words to exclude from stemming. Stemmer language follows the shop language.

☐ Alias / synonym filter

tv, television, telly

One rule per line. Requires a reindex.

Typo tolerance (native driver)

Correct misspelt searches

Yes

Native driver only (a search engine has its own spell correction, see "Spell correction" below). When the exact search finds nothing, each unknown word is replaced by the closest word of the product and brand names, and the results of that corrected search are shown with a "No results for X, showing Y" line. Searches that find something are not touched and pay nothing: the dictionary is consulted only on a zero-results page. The dictionary of words is built by the cron (or here with the button, or by the first zero-results search), learns new products as you save them, and is refreshed once a week.

Query settings

Minimum word length

3

0 = no minimum

Search type

In multiple fields

Multiple field match type

best_fields

Operator

AND

Minimum should match

75%

Spell correction (fuzziness)

AUTO

Search between the word (infix)

No

Matches start/mid/last part of a word. When on, some analyzer filters may not apply.

Weight: name

6

Weight: reference

4

Weight: description

1

Per-field weights are also read from PrestaShop's core Search page (Shop Parameters > Search). Current core weights: Product name 6, Reference 10, Short description 1, Description 1, Category 3, Brand 3, Tags 4, Feature 2, Attribute 2

Save

Sucheinstellungen: die Analyzer-Filter, die Tippfehlertoleranz der nativen Engine mit ihrer Statustabelle des Wörterbuchs, und die Feineinstellungen der Abfrage.

5. Dokumente: festlegen, was indexiert wird

Der Reiter **Dokumente** besteht aus zwei Teilen.

Zu indexierende Dokumenttypen

Ein Ja/Nein-Schalter pro Inhaltstyp: **Produkte**, **Kategorien**, **Marken** (Hersteller), und **CMS-Seiten**. Deaktivieren Sie einen Typ, verschwindet er aus den Suchergebnissen und aus den Vorschlägen der Autovervollständigung.

Durchsuchbare Felder pro Dokumenttyp

Eine Checkliste pro Dokumenttyp, die nur verwendet wird, wenn der "Suchtyp" im Reiter Sucheinstellungen auf mehrere Felder eingestellt ist. Für Produkte umfasst dies Name, Referenz, EAN13, UPC, MPN, Kurzbeschreibung, Langbeschreibung sowie den Herstellernamen. Die Suche nach Markennamen funktioniert bei jeder Suchmaschine zuverlässig, sowohl nativ als auch extern; ein Fehler bei Elasticsearch und OpenSearch, bei dem eine Suche nach dem Namen einer Marke deren Produkte nicht zuverlässig fand, wurde behoben.

Ein Suchbegriff, der genau einem Produktcode entspricht (Referenz, EAN-13, UPC oder MPN, des Produkts oder einer seiner Kombinationen), listet nur die Produkte auf, die diesen Code tragen, sofern dieses Feld hier angehakt ist.

Produkte und Kategorien, die bestimmten Kundengruppen vorbehalten sind, bleiben vorbehalten. PrestaShop zeigt einem Kunden ein Produkt nur, wenn eine seiner aktiven Kategorien für eine der Gruppen des Kunden freigegeben ist, und das Modul wendet dieselbe Regel überall an, wo es Produkte oder Kategorien auflistet: Suchergebnisse, Filter und ihre Anzahlen, Autovervollständigung, Kategorie-Verknüpfungen, hervorgehobene Produkte einer Suchregel und die Seite ohne Ergebnisse. Ein nicht angemeldeter Besucher zählt als Besucher- oder Gastgruppe. Bei einer externen Suchmaschine wird diese Information im Index gespeichert, eine Änderung der Gruppen, die eine Kategorie sehen dürfen, wirkt also ab der nächsten Neuindexierung; bei der nativen Suchmaschine gilt sie sofort.

Document types to index			
Products	Categories	Brands / manufacturers	CMS pages
☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes

Searchable fields per document type			
Used when "Search type" is set to multiple fields.			
Product	Category	Manufacturer	Cms
☒ name	☒ name	☒ name	☒ title
☒ reference	☒ description	☒ description	☒ content
☒ ean13		☐ short_description	☐ meta_description
☒ upc			
☒ mpn			
☒ manufacturer			
☒ description_short			

Dokumente: welche Inhaltstypen indexiert werden und welche ihrer Felder durchsuchbar sind.

6. Facetten: die Filter konfigurieren

Der Reiter **Facetten** enthält die Standardkonfiguration, die von jeder Kategorie verwendet wird, der keine spezifische Filtervorlage zugewiesen ist (siehe Abschnitt 7), sowie von der Suchergebnisseite, sofern keine Vorlage markiert ist, ebenfalls dort zu gelten.

Globale Optionen oberhalb der Facettentabelle

Option	Was sie bewirkt
Ergebniszähler neben Filterwerten anzeigen	Die Zahl in Klammern neben jedem Filterwert. Automatisch (empfohlen) aktiviert die Zähler bei Elasticsearch, OpenSearch und Meilisearch, die diese ohne zusätzliche Kosten zusammen mit den Ergebnissen zurückliefern, und deaktiviert sie bei der nativen Engine, wo jeder Zähler ohne Suchmaschine eine eigene Abfrage über den gesamten Katalog bedeutet. Belassen Sie dies bei einem großen Katalog mit nativer Suchmaschine deaktiviert; bei einem kleinen Katalog können Sie es von Hand aktivieren.
Preisfacette anzeigen	Blendet den Preisfilter bei Einstellung auf Nein vollständig aus, bei jeder Suchmaschine. Die Suchmaschinen überspringen dann dessen Berechnung vollständig. Typischer Anwendungsfall: Die Preise sind vollständig individuell (ein ERP oder eine Vertragspreisliste), sodass ein gemeinsamer Regler nicht abbilden könnte, was jeder Kunde tatsächlich bezahlt. Unabhängig von dieser Einstellung wird der Preisfilter auch einem Kunden nicht angezeigt, dem PrestaShop selbst die Preise verbirgt: im Katalogmodus (sofern er nicht so eingestellt ist, dass Preise weiter angezeigt werden) oder für eine Kundengruppe, die keine Preise sehen darf.
Preissortierung anbieten	Ob Kunden nach Preis sortieren können, unabhängig vom oben genannten Preisfilter.
Steuer in indexierten Preis einrechnen	Verwendet zum Zeitpunkt der Indexierung ausschließlich für Sortierung und Filterung die Standardsteuer des Standardlandes des Shops; der einem Kunden tatsächlich angezeigte Preis wird immer live von PrestaShop berechnet und nie aus dem Index übernommen. Hinweis: Der indexierte Preis ist immer der der Standardkombination eines Produkts, sodass ein Produkt mit unterschiedlich bepreisten Kombinationen weiterhin mit diesem einen Wert gefiltert und sortiert wird.
Zwischengespeicherte Preise sofort nach einer Änderung neu berechnen	Der für Sortierung und Filterung verwendete zwischengespeicherte Preis wird immer sofort verworfen, sobald sich ein Produkt, eine Kombination oder ein spezifischer Preis ändert, sodass niemals ein veralteter Preis angezeigt werden kann; dies lässt sich nicht abschalten. Diese Einstellung entscheidet nur, ob der aktuelle Wert sofort neu berechnet wird (empfohlen bei einem kleinen, von Hand gepflegten Katalog) oder erst beim nächsten Cron-Aufruf beziehungsweise beim nächsten Besucher (empfohlen, wenn Sie Massenimporte durchführen, da sonst jedes gespeicherte Produkt eine zusätzliche Berechnung auslösen würde).

Die Facettenkonfigurationstabelle

Eine Zeile pro Facette: Kategorie, Marke, Lieferant, Tags, Preis, Verfügbarkeit, die Kennzeichnungen Neu / im Angebot / Zustand, die Regler für Gewicht, Breite, Höhe und Tiefe, sowie jede Merkmals- und Variantengruppe in Ihrem Katalog. Jede Zeile besitzt:

Spalte	Was sie bewirkt
Ein	Aktiviert oder deaktiviert die Facette. Ein Master-Kontrollkästchen über der Spalte wählt oder deselektiert alle Zeilen auf einmal, nützlich bei einem Katalog mit

	hundertsten Merkmals- und Variantengruppen.
Facette	Der Katalogname des Filters (schreibgeschützt).
Pos	Ihre Reihenfolge unter den anderen aktivierten Facetten.
Eigene Bezeichnung	Überschreibt den Kunden angezeigten Namen, so wie eingegeben, in jeder Sprache. Leer lassen, um den bereits übersetzten Standardnamen zu verwenden.
Darstellung	Es werden nur die Darstellungstypen angeboten, die für diese Facette tatsächlich funktionieren: Kontrollkästchen, Optionsfeld, Dropdown, ein Farbmuster (nur bei Farbvarianten-Gruppen), oder ein Regler (die Preisfacette und die vier Maßfacetten, sowie ein Merkmal, dessen Werte als tatsächlich numerisch erkannt werden, siehe unten).
Modus	UND verlangt, dass ein Produkt jedem in dieser Facette angehakten Wert entspricht; ODER (Standard) verlangt nur einen davon. UND funktioniert nun sowohl bei der nativen Engine als auch bei jeder externen Suchmaschine korrekt.
Reihenfolge der Werte	Wie die Werte innerhalb eines Filters aufgelistet werden: Wie geliefert (das historische Verhalten, mit einer A-bis-Z-Gruppierung nach Anfangsbuchstaben bei langen Listen), A bis Z , Numerisch (liest die führende Zahl, sodass "9 cm" vor "10 cm" steht), Meiste Ergebnisse zuerst (fällt auf A bis Z zurück, wenn die Zähler deaktiviert sind), oder Katalogposition (nur sinnvoll bei Kategorien und bei Varianten, den einzigen beiden mit einer echten Positionsspalte in PrestaShop; bei allen anderen wird auf A bis Z zurückgefallen).
Zähler	Zeigt oder verbirgt den Ergebniszähler für diese spezifische Facette, zusätzlich zur globalen Einstellung oben.
Eingeklappt	Ob der Filter im Panel eingeklappt startet.
Limit	Begrenzt, wie viele Werte angezeigt werden, bevor "mehr anzeigen" erscheint.
Leere ausblenden	Blendet einen Wert aus, der derzeit auf null Produkte zutrifft.
Suche	Fügt dem Filter ein kleines Suchfeld hinzu, nützlich bei einer langen Werteliste wie einer Markenliste mit Dutzenden Einträgen.

Numerische Regler bei Merkmalen

Gewicht, Breite, Höhe und Tiefe sind immer Regler über die Produktmaße. Auch ein Merkmal kann als Regler angeboten werden, jedoch nur, wenn es dafür qualifiziert: Mindestens 90 % seiner unterschiedlichen Werte müssen sich als reine Zahl interpretieren lassen (eine Einheit wie "120 cm" ist zulässig; die neben dem Regler angezeigte Einheit ist einfach die am häufigsten vorkommende), bei mindestens drei unterschiedlichen Werten. Ein Komma als Dezimaltrennzeichen wird nicht akzeptiert, da "1.000" je nach Konvention zwei unterschiedliche Bedeutungen hat und ein falsches Raten hier dazu führt, dass ein Filter dem Kunden etwas Falsches vorgaukelt. Ein Merkmal, das nach dem Hinzufügen neuer Produkte nicht mehr qualifiziert ist, fällt automatisch auf eine einfache Werteliste zurück, statt einen Regler anzuzeigen, der nicht mehr funktionieren kann.

Bei den vier Maßfacetten wird ein Wert von null als "nicht ausgefüllt" behandelt, sodass ein Produkt ohne erfasstes Gewicht oder Maß bei einer Bereichsauswahl ausgeschlossen wird, anstatt als gewichtslos gezählt zu werden. Bei einem numerischen Merkmal hingegen wird eine von einem Händler tatsächlich eingegebene Null als echter Wert behandelt.

Wertgruppen

Fassen Sie mehrere Katalogwerte unter einer dem Kunden angezeigten Bezeichnung zusammen, zum Beispiel eine Gruppe namens "Rot", die gleichzeitig auf "Karminrot", "Scharlachrot" und "Bordeaux" zutrifft. Die gruppierten Werte verschwinden aus der einfachen Filterliste, und die Gruppe tritt an ihre Stelle; nicht aufgeführte Werte werden weiterhin einzeln angezeigt. Verfügbar bei Kategorien, Marke, Lieferant, Tags, Zustand sowie jedem Merkmal und jeder Variante. Eine Gruppe fasst höchstens **2000** Werte.

Die neben einer Gruppe angezeigte Zahl ist die Anzahl der Produkte, auf die die Gruppe tatsächlich zutrifft, nicht die Summe ihrer Mitglieder (ein Produkt mit zwei Rottönen wird nur einmal gezählt); sowohl die native Engine als auch Elasticsearch oder OpenSearch berechnen dies exakt.

Meilisearch kann eine Wertgruppe nicht als ein aggregiertes Ergebnis zählen. Bei Meilisearch fasst ein gruppierter Filter seine Werte weiterhin zusammen und filtert korrekt, zeigt aber neben der Gruppe überhaupt keinen Zähler an, statt eines falschen. Ein gruppiertes Farbmuster zeigt zudem bei keiner Suchmaschine eine Musterfarbe an, da eine Gruppe aus mehreren Farben keinen einzelnen Hex-Wert besitzt; stellen Sie diese Facette stattdessen auf Kontrollkästchen um.

So erstellen Sie eine Gruppe: Wählen Sie den Filter, zu dem sie gehört, benennen Sie die Gruppe, legen Sie ihre Position fest und listen Sie dann die Werte auf, die sie aufnehmen soll, eine pro Zeile (bei einem Merkmal oder einer Variante lautet das Format `Gruppenname|||Wert`, das von der Auswahlhilfe rechts für Sie generiert wird, statt von Hand eingegeben zu werden). Speichern, und die Gruppe erscheint in der obigen Tabelle, wo sie bearbeitet oder gelöscht werden kann.

Ältere Auswahllisten für zulässige Facetten (Positivliste)

Eine optionale Möglichkeit, einzuschränken, welche Merkmalsgruppen und welche Variantengruppen überhaupt jemals zu Facetten werden können, nützlich bei einem Katalog mit deutlich mehr Merkmals- oder Variantengruppen, als Sie tatsächlich als Filter anbieten möchten. Lassen Sie beide Checklisten leer, um jede Gruppe zuzulassen.

numbers together with the results, but without one every number is a separate aggregate query over the whole catalog, which is what makes a filtered category page slow on a large catalog. Automatic therefore turns counts on with Elasticsearch / OpenSearch / Meilisearch and off on the native driver; on a big catalog without an engine, keep them off. **Currently:** counts are shown.

the engines skip the price computation entirely. Typical use: per-customer pricing (ERP/contract), where a shared price slider cannot match what each customer pays.

Take tax into indexed price

Yes

Uses the shop default country tax at index time. Display prices are always computed natively.

Note: the indexed price is the price of the default combination of each product. A product whose combinations sell at different prices takes part in the price filter and the price sort with that single value; the prices shoppers see are always computed live by PrestaShop.

Recalculate cached prices right after a change

No

When a product, a combination or a specific price changes, the cached price rows of that product are always dropped on the spot. That invalidation is never optional: no setting can turn it off, so the cache can never show an outdated price. This option only adds a step: with it enabled the fresh price is recomputed immediately, so not even the first visitor after the change has to wait. Recommended for small catalogs edited by hand; keep it off if you run bulk imports, because every saved product would pay an extra price computation, and the cron warm-up already refills the cache overnight.

Default template: this configuration is the fallback used for every category that has no specific filter template, and for the search page.

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☒	Categories	0	Categories	checkbox	OR	As returned	☒	☐	11	☒	☐
☒	Brand	2	Brand	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☒
☐	Supplier	2	Supplier	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☒	Price	1	Price	slider	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Availability	8	Availability	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	New product	91	New product	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	On sale	9	On sale	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Condition	91	Condition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	11	Width	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	11	Depth	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	11	Composition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Energy Class	6	Energy Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Material	4	Material	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Origin	5	Origin	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Property	11	Property	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Warranty	7	Warranty	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight Class	11	Weight Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐

Facetten: die Standardkonfiguration, verwendet von jeder Kategorie ohne spezifische Filtervorlage. Dieser Demokatalog allein hat über zweitausend Merkmals- und Variantenzeilen; nur die ersten passen hier hinein, der Rest funktioniert weiter unten in der Tabelle genauso.

Value groups

Put several catalog values under one entry: a shopper reads "Red" and the filter matches Crimson, Scarlet and Burgundy at once. The grouped values disappear from the list and the group takes their place; values you do not list keep showing on their own.

The number next to a group is the count of products the group really matches, not the sum of its values (a product carrying two shades of the same red is one product). The native driver and Elasticsearch / OpenSearch both compute it exactly.

Filter	Group name	Values	Pos
No value group yet.			

Filter

- choose -

Group name

Position

0

Only value lists can be grouped. Price and the measurement sliders have no values to group.

Values in this group (one per line)

Pick from the catalog

Type to filter the values...

Click a value to add it to the list on the left.

For a feature or an attribute the value is written "Group|||Value", which is what the filter matches. Use the picker to add them without typing the separator.

Add group

Legacy facetable pickers (allowlist)

Optional: restrict which feature/attribute groups are exposed. Leave empty to allow all.

Feature groups

☐ Composition
☐ Energy Class
☐ Material
☐ Origin
☐ Property
☐ Warranty
☐ Weight Class

Attribute groups

☐ Color
☐ Dimension
☐ Paper Type
☐ Size
☐ ZZTest Attr 0001
☐ ZZTest Attr 0002
☐ ZZTest Attr 0003

Save

Facetten: die Tabelle der Wertgruppen und die älteren Auswahllisten für zulässige Facetten, weiter unten im selben Reiter.

7. Filtervorlagen: eine andere Filterauswahl je Kategorie

Eine Filtervorlage lässt eine Kategorie, oder einen ganzen Zweig des Katalogbaums, eine andere Facettenauswahl anzeigen als die shopweite Standardkonfiguration aus dem Reiter Facetten. Eine Kategorie ohne zugewiesene Vorlage, und ohne übergeordnete Kategorie, deren eigene Vorlage so eingestellt ist, dass sie auch für Unterkategorien gilt, verwendet immer die Standardvorlage.

Eine Vorlage erstellen

1. Klicken Sie auf **Filtervorlage hinzufügen**.
2. Geben Sie ihr einen **Vorlagennamen**.
3. Aktivieren Sie **"Auch auf Unterkategorien anwenden"**, um die Vorlage über den gesamten Zweig unter den von Ihnen zugewiesenen Kategorien zu vererben, und **"Diese Vorlage auch auf der Suchergebnisseite verwenden"**, wenn Sie diese spezifische Filterauswahl statt der Standardvorlage auf der Suchergebnisseite haben möchten.
4. **Produkte pro Seite** und **Standardsortierung** für diese Vorlage: Lassen Sie "Produkte pro Seite" auf 0 und "Standardsortierung" auf "Wie im Reiter Ausgabe", um einfach die shopweiten Werte aus Abschnitt 8 zu übernehmen. Das Setzen von "Standardsortierung" auf "Relevanz" ist eine echte, bewusste Entscheidung und kein Leerwert: Es gibt genau dieser Kategorienauswahl die schlichte PrestaShop-Reihenfolge zurück, während der Rest des Shops anders sortiert ist.
5. Konfigurieren Sie die **Facettentabelle** für diese Vorlage genau wie in Abschnitt 6 beschrieben: Es ist dieselbe Tabelle, hier bezogen auf diese Vorlage statt auf die shopweite Standardkonfiguration.
6. **Kategorien zuweisen** aus dem Baum auf der rechten Seite.
7. Klicken Sie auf **Vorlage speichern**.

Die Tabelle oben im Reiter listet jede vorhandene Vorlage mit ihrer Kategorienanzahl, ob sie für Unterkategorien gilt, ob sie für die Suchergebnisseite gilt, sowie den Aktionen Bearbeiten / Löschen.

Die eigene Wahl der Sortierreihenfolge eines Kunden in der Adressleiste hat immer Vorrang vor der Vorlage und der shopweiten Einstellung, genau wie schon vor Einführung der Vorlagen. Eine Vorlage, die eine Preissortierung verlangt, während die Preissortierung shopweit deaktiviert ist (Abschnitt 6), fällt stillschweigend auf die schlichte PrestaShop-Reihenfolge zurück, genauso wie es die shopweite Standardeinstellung in dieser Situation bereits tut.

Filter templates				
Assign a different filter set to specific categories. A category with no template (and no ancestor template that applies to subcategories) uses the Default template (the global Facets configuration). The search page uses the Default unless a template is flagged for search.				
Template	Categories	Subcategories	Search page	Actions
Default	all categories without a specific template	—	✓	edit in the Facets tab
All categories (curated)	1	✓	✗	Edit Delete
Electronics (category demo)	1	✓	✗	Edit Delete
Search results (curated)	0	✗	✓	Edit Delete
+ Add filter template				

Filtervorlagen: Die Standardvorlage existiert immer; jede weitere Zeile ist eine kategoriespezifische Filterauswahl.

Products per page

0

0 = follow the Output tab setting. Applies to the listings this template governs.

Default sort

Follow the Output tab

Order used on these listings when the shopper has not picked one. "relevance" means the PrestaShop default order, which is also how a category gets its normal order back while the rest of the shop is sorted differently.

Facet configuration for this template

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☐	Categories	0	Categories	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Brand	1	Brand	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Supplier	2	Supplier	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Price	4	Price	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Availability	5	Availability	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	New product	6	New product	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	On sale	7	On sale	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Condition	8	Condition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	10	Width	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	12	Depth	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	13	Composition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Energy Class	14	Energy Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Material	15	Material	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Origin	16	Origin	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Property	17	Property	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Warranty	18	Warranty	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight Class	19	Weight Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐

Assign categories

☐ Home

☐ Clothes

☐ Men

☐ Women

☐ Electronics

☐ Electronics Essentials

☐ Electronics Pro Series

☐ Electronics Premium

☐ Electronics Value

☐ Electronics Deluxe

☐ Electronics Classic

☐ Electronics Modern

☐ Electronics Compact

☐ Electronics Heavy Duty

Eine neue Filtervorlage erstellen: Name, Vererbung und Optionen zur Suchergebnisseite, eigene Einstellungen für Seitenanzahl und Sortierung, eigene Facettentabelle, und der Kategoriebaum zur Zuweisung.

8. Ausgabe: die Auflistung, die Autovervollständigung und das Panel

bei leerem Suchfeld

Ergebnisse & Auflistung

Die Optik der Auflistung selbst (Rasterlayout, Anzahl der Spalten, welche Felder auf einer Produktkarte erscheinen) gehört immer Ihrem Theme und wird hier niemals überschrieben, sodass dieses Modul niemals mit dem eigenen Design eines kommerziellen Themes in Konflikt gerät.

- **Produkte pro Seite:** 0 verwendet die eigene Einstellung von PrestaShop für Produkte pro Seite. Gilt für die eigenen Kategorie- und Suchauflistungen des Moduls; ein expliziter Wert in der Adresse hat immer Vorrang.
- **Standardsortierung:** die verwendete Reihenfolge, wenn ein Kunde keine ausgewählt hat. "Relevanz" behält die eigene Standardeinstellung von PrestaShop bei (Position bei Kategorien, beste Übereinstimmung bei der Suche); jede andere Wahl ersetzt auch die in Abschnitt 12 beschriebene Sortierung nach Markenpriorität bei Kategorien.
- **Anzubietende Sortieroptionen:** welche Sortierreihenfolgen im dem Kunden angezeigten Dropdown erscheinen.

Autovervollständigung

Option	Was sie bewirkt
Stil der Autovervollständigung	Ein Dropdown unter dem Suchfeld, oder ein Vollbild-Overlay, das durch Klicken auf das Suchfeld geöffnet wird.
Breite im Vollbildmodus	Nur für das Vollbild-Overlay: kastenförmig und zentriert, oder auf breiten Bildschirmen randlos gestreckt.
Maximale Vorschläge	1 bis 48.
Bilder anzeigen	Vorschaubilder neben jedem Vorschlag.
Bildformat für Vorschläge	Automatisch verwendet Ihr kleines Standardbildformat für den Dropdown-Stil und ein größeres quadratisches Format für das Vollbild-Overlay, damit dessen Karten nicht unscharf wirken; oder wählen Sie ein bestimmtes Format aus den Bildeinstellungen Ihres Shops.
Platzhaltertext (pro Sprache)	Der im leeren Suchfeld angezeigte Text, ein Feld pro Shopsprache. Lassen Sie eine Sprache leer, um die übersetzte Standardeinstellung zu verwenden.
Vorschlagsabzeichen	Bei einem Produktvorschlag: die allgemeine Bezeichnung des Ergebnistyps (Standard), seine Wurzelkategorie, seine Referenz, oder gar keines. Andere Vorschlagstypen (Kategorien, Marken, CMS-Seiten) behalten immer ihre eigene Typbezeichnung.
Position des Abzeichens	Unter dem Produktnamen (Standard) oder darüber.
Anzuzeigende Vorschlagstypen	Welche Arten von Vorschlägen erscheinen: Produkte, Kategorien, Marken, CMS-Seiten.

Ein Produktvorschlag zeigt seinen Preis nur, wenn PrestaShop selbst ihn diesem Kunden zeigen würde: kein Preis im Katalogmodus (sofern er nicht so eingestellt ist, dass Preise weiter angezeigt werden), für eine Kundengruppe, die keine Preise sehen darf, oder für ein Produkt, bei dem die Preisanzeige ausgeschaltet ist.

Wenn das Suchfeld leer ist

Das Klicken auf ein leeres Suchfeld kann ein Panel mit den meistgesuchten Begriffen des Shops und den eigenen letzten Suchen des Besuchers öffnen. Auch die Tastatur funktioniert: Die Pfeiltaste nach unten öffnet dasselbe Panel, mit Auf und Ab navigiert man darin, Enter folgt der hervorgehobenen Zeile, Escape schließt es, und ist das Panel geöffnet, springt Tab zur Schaltfläche Löschen, Entf entfernt die hervorgehobene letzte Suche und Umschalt+Entf entfernt alle.

Option	Was sie bewirkt
Beliebte Suchen	Stammen aus dem eigenen Suchprotokoll dieses Shops (Abschnitt 9), weshalb "Suchen protokollieren" aktiviert sein muss. Die Liste wird im Hintergrund zusammengestellt und mehrmals täglich aktualisiert, durch den Cronjob sowie jedes Mal, wenn der Reiter Suchstatistik gespeichert oder geöffnet wird; ein Shop ohne Cronjob erhält die Liste einmalig, beim ersten Öffnen dieses Reiters, danach hört sie auf, sich zu aktualisieren.
Letzte Suchen (Besucher)	Werden ausschließlich im eigenen Browserspeicher dieses Besuchers aufbewahrt, niemals an den Shop gesendet oder von ihm protokolliert. Bei Nein wird nichts mehr gelesen oder geschrieben; auch der nächste Seitenaufruf löscht alles bereits dort Gespeicherte.
Begriffe pro Liste	1 bis 12, gilt für beide Listen.
Innerhalb einer Kategorie oder Marke suchen	Fügt den Vorschlägen Verknüpfungen wie "T-Shirt suchen in Herren" hinzu, beschränkt auf die Kategorien und Marken der bereits im Panel angezeigten Produkte (keine Zählung über die gesamte Ergebnismenge, weshalb keine Zahl daneben erscheint; eine Kategorie mit deutlich mehr Treffern weiter unten im Ranking kann dabei in der Liste fehlen). Höchstens drei Verknüpfungen, Kategorien zuerst. Erfordert, dass sowohl "Native Suche übernehmen" als auch der Filterblock aktiviert sind.

Protokollstufe

Wie viele Details das Modul in sein eigenes Diagnoseprotokoll schreibt: Informativ, Warnung, Fehler oder Schwerwiegend. Belassen Sie dies auf dem Standardwert, außer Sie fehlersuchen gemeinsam mit dem Support.

0 = use the PrestaShop products-per-page setting. Applies to the category and search listings served by this module; an explicit resultsPerPage in the URL still wins.

Order used when the shopper has not picked one. "relevance" keeps the PrestaShop default (position on categories, best match on search); any other choice also replaces the brand-priority category sort of the Search settings tab.

Sort options to offer

☒relevance

☒price_asc

☒price_desc

☒name_asc

☒name_desc

☒date_desc

☒quantity_desc

☐sales_desc

☐available_desc

Autocomplete

Autocomplete style

Full-screen width

Max suggestions

Show images

Full-screen overlay

Boxed (default)

18

Yes

Full-screen: clicking the search box opens a large fixed search bar with results across the whole screen.

Full width: on wide screens the overlay content stretches edge to edge instead of staying centered.

Suggestion image format

Automatic

Automatic uses small_default for the dropdown style, and a larger square format for the full-screen overlay so its cards are not blurry.

Placeholder text (per language)

Suggestion badge

Badge position

en

Search our catalog

it

Search our catalog

Product root category

Below the product name (default)

Shown inside the search box, in the shopper language. Leave a language empty to use the translated default.

For products, show the root category or the reference instead of the generic type label. Other suggestion types keep their type label.

Suggest types

☒product

☒category

☐manufacturer

☐cms

When the search box is empty

Clicking in an empty search box opens a panel with the most searched terms of the shop and the last searches of that visitor. Keyboard: the down arrow opens the same panel, up and down walk it, Enter follows the highlighted line, Escape closes. Clearing the recent searches works without a mouse too: Tab from the search box moves onto the Clear button, Delete removes the highlighted line and Shift+Delete removes them all.

Popular searches

Recent searches (visitor)

Terms per list

Search inside a category or a brand

Yes

Yes

6

Yes

Taken from the search log of this shop (Search analytics tab), so it needs "Log searches" to be on. Terms are aggregated in the background and refreshed a few times a day: a search made a minute ago does not appear at once.

Stored in the browser of the visitor (localStorage) and nowhere else: they are never sent to the shop, never logged, and the visitor can wipe them from the panel itself. Set to No and nothing is read or written at all.

Applies to both lists, 1 to 12.

Adds shortcuts such as "Search t-shirt in Men" under the suggestions, which open the results already filtered. Needs "Take over the search page" and the filter block to be on, otherwise the link would land on unfiltered results and the shortcuts stay hidden.

The list is built by the module cron, and also whenever you save or open the Search analytics tab. A shop with no cron configured therefore gets its list the first time this tab is opened, and it stops being refreshed after that.

Limit: the categories and brands offered are those of the products already shown in the panel, not a count over the whole result set, which is why no number is shown next to them. A category holding many more matches further down the ranking can be missing. At most 3 shortcuts, categories first.

On a multistore, "Take over the search page" is a per-shop setting; the shortcuts follow it shop by shop, so they can be visible on one shop of the store and absent on another.

Log level

Informative

Save

Ausgabe: Ergebnisse und Auflistung, der Stil der Autovervollständigung mit ihren Vorschlagsoptionen, und das Panel, das bei leerem Suchfeld angezeigt wird.

9. Suchstatistik

Wonach Kunden wirklich suchen und, noch wertvoller, welche Suchen null Ergebnisse liefern, also entgangene Verkäufe bedeuten. Gespeichert wird nur der reine Suchbegriff selbst, keine personenbezogenen Daten.

- **Suchen protokollieren:** schaltet das Suchprotokoll ein oder aus. Beliebte Suchen (Abschnitt 8) benötigen dies aktiviert.
- **Daten aufbewahren für (Tage):** 0 bewahrt sie für immer auf; ansonsten werden ältere Zeilen automatisch entfernt.
- **Zeitraum:** letzte 7, 30 oder 90 Tage, für die untenstehenden Kennzahlen.

Vier Zähler: Gesamtsuchen, eindeutige Suchanfragen, Suchen ohne Ergebnis, sowie der Prozentsatz der Suchen, die null Ergebnisse lieferten. Eine Suche zählt für denselben Begriff nur einmal pro Besucher und Tag, und ein Besucher fügt höchstens 30 Suchen pro Tag hinzu, sodass ein einzelner Besucher diese Zahlen nicht aufblähen und keinen Begriff in die beliebten Suchen drücken kann. Der Besucher wird an einem täglichen Fingerabdruck seiner Adresse erkannt, der nur für diesen Tag im Cache des Servers liegt und nie in das Suchprotokoll geschrieben wird.

Meistgesuchte Begriffe: die meistgesuchten Begriffe, jeweils mit ihrer Anzahl, ihrer durchschnittlichen Ergebniszahl, und einer Schaltfläche **Ausblenden**, die sie mit einem Klick zur unten stehenden Liste "Nie vorschlagen" hinzufügt.

Suchen ohne Ergebnis: wonach Kunden gesucht und nichts gefunden haben. Jede Zeile bietet **Synonym hinzufügen**, was zum Reiter Sucheinstellungen springt, und **Regel hinzufügen**, was den Reiter Merchandising (Abschnitt 10) mit bereits ausgefülltem Suchbegriff öffnet.

Im Suchfeld angezeigte beliebte Suchen

Dieselbe Liste, die das in Abschnitt 8 beschriebene Panel bei leerem Suchfeld speist. Sie wird aus den Suchen des konfigurierten Zeitfensters zusammengestellt, die mindestens ein Produkt gefunden und eine Mindestanzahl an Malen gesucht wurden, häufigste zuerst, aggregiert durch den Cronjob sowie beim Speichern oder Öffnen dieses Reiters, niemals während ein Kunde tippt. Begriffe, die nur aus Satzzeichen oder SQL-Platzhalterzeichen bestehen, werden verworfen. Bei einer tippfehlertoleranten Suchmaschine wird ein Tippfehler in den korrekt geschriebenen Begriff eingefaltet, dem er nahekommt, sodass "hummingbrid" nicht neben "hummingbird" in der Liste steht; angezeigt wird die Schreibweise, die Kunden am häufigsten tippen. Diese Zusammenfassung hat eine erklärte Grenze: Zwei tatsächlich unterschiedliche Wörter, die zufällig nur ein oder zwei Zeichen auseinanderliegen, können zusammengefasst werden, wobei nur das häufiger gesuchte dann erscheint; das Panel unterhalb der Einstellung zeigt genau, was dabei herauskommt.

Diese Begriffe nie vorschlagen: ein Begriff pro Zeile, als ganzes Wort abgeglichen, sodass "acme" zwar "acme" und "acme schuhe" ausblendet, "acmegroup" aber unberührt lässt; fügen Sie ein  hinzu für eine unscharfe Übereinstimmung an beliebiger Stelle innerhalb des Begriffs. Dies ist der richtige Ort für den Namen eines Mitbewerbers oder einen unerwünschten Begriff, der unter den meistgesuchten Begriffen des Shops auftaucht.

Statistik löschen: löscht jede protokollierte Suche für diesen Shop. Dies kann nicht rückgängig gemacht werden.

0 = keep forever. Older rows are pruned automatically.

234
Total searches

25
Unique queries

16
Zero-result searches

7%
% zero-result

Top searches

Query	Count	Avg results	Action
guitar	100	4839	Hide
mug	41	5	Hide
product	20	191669	Hide
smartphone	16	15000	Hide
blender max	8	22500	Hide
mini	8	17625	Hide
guitar	7	14285	Hide
smartphone pro	7	47814	Hide
?page=2	4	0	Hide
Bl�nder	3	11111	Hide
HUMMING	3	5	Hide
begin	2	3	Hide
hum	2	3	Hide
works	2	20000	Hide
Bl�eacute;nder	1	0	Hide
caf� d�co	1	0	Hide
cart	1	1	Hide
hummm	1	5	Hide
mug?n=17539	1	0	Hide
mug?n=21309	1	0	Hide
privacy	1	0	Hide
smart	1	16669	Hide
smartphone?n=16638	1	32	Hide
utiar	1	0	Hide
zebra	1	0	Hide

Zero-result searches

These shoppers found nothing. Add a synonym (Search settings tab) or a matching product.

Query	Count	Action
?page=2	4	Add synonym Add rule
guitar	2	Add synonym Add rule
Bl�eacute;nder	1	Add synonym Add rule
blender	1	Add synonym Add rule
caf� d�co	1	Add synonym Add rule
guitar	1	Add synonym Add rule
hum	1	Add synonym Add rule
mug?n=17539	1	Add synonym Add rule
mug?n=21309	1	Add synonym Add rule
privacy	1	Add synonym Add rule
utiar	1	Add synonym Add rule
zebra	1	Add synonym Add rule

Popular searches shown in the search box

These same searches are what the autocomplete panel offers when a visitor clicks in an empty search box (switch it on or off in the Output tab, "When the search box is empty"). How the list is built: searches of the last 30 days that FOUND at least one product, made at least 2 times, most frequent first. The aggregation runs on the module cron, on a save of this tab and when this tab is opened, never while a visitor is typing, and each list is rebuilt at most every 6 hours: a term that has just become popular can take that long to appear. Saving this tab rebuilds it at once.

Terms made only of punctuation or of SQL wildcards (percent sign, underscore, asterisk) are dropped: they are what a curious visitor types into a search box, not a search to offer anyone. **Misspellings are folded into the term they misspell:** with a typo-tolerant engine a misspelt word finds products too, so "hummingbrid" would otherwise sit in the list next to "hummingbird". A term within one edit (4 to 7 characters) or two edits (8 and over) of a more searched one is treated as that one, and the most frequently typed spelling is the one shown. Terms of three characters or fewer are never folded. The limit of that rule: two genuinely different words that happen to be one or two characters apart are folded together and only the more searched one appears. The list below shows exactly what comes out.

Never suggest these terms

Currently offered to visitors

guitar

mug

product

smartphone

mini

smartphone pro

blender max

guitar

HUMMING

begin

Bl nder

works

In the language of this back office. Each language of the shop has its own list.

One term per line. A line matches a WHOLE WORD: "acme" hides "acme" and "acme shoes", and leaves "acmegroup" alone. Add a * for a loose match anywhere inside the term: ""acme*" also hides "acmegroup". Case and extra spaces do not matter. This is the place for a swear word or a competitor name that turned up among the most searched terms.

The only character this list cannot hold is "less than"; PrestaShop strips it out of a setting, and a search term cannot contain it either, so a line using it is refused and you are told.

Clear analytics

Save

Suchstatistik: Gesamt- und eindeutige Suchen, die Quote der Suchen ohne Ergebnis, die meistgesuchten Begriffe, und die Suchen ohne Ergebnis mit Aktionen per Klick.

10. Merchandising: Suchregeln und die Seite für Suchen ohne Ergebnis

Suchregeln legen fest, was ein bestimmter Suchbegriff bewirkt, ohne den Katalog selbst anzutasten.

Rangfolge

1. Eine Weiterleitungsregel hat immer Vorrang: Sie greift, bevor überhaupt ein Ergebnis berechnet wird.
2. Andernfalls läuft die Suche normal ab, wobei Suchmaschine, Synonyme und Tippfehlertoleranz wie gewohnt angewendet werden.
3. Eine Regel für hervorgehobene oder gepushte Produkte platziert deren Produkte dann ganz oben, vor der Seitenaufteilung.
4. Die Seite für Suchen ohne Ergebnis (unten) kommt zuletzt, nur wenn die Suche nach alledem immer noch nichts gefunden hat.

Unter den Regeln schlägt eine exakte Übereinstimmung des Begriffs "enthält", was wiederum ein Muster schlägt; innerhalb eines Übereinstimmungstyps entscheidet zuerst Ihre eigene Position, dann die ID der Regel über die Reihenfolge. Die erste zutreffende Regel gewinnt, und Regeln werden niemals kombiniert. Alle drei Regelarten treten zurück, sobald ein Kunde einen Facettenfilter anwendet oder eine eigene Sortierreihenfolge wählt, da ein beworbenes Produkt nicht zum Begriff passen muss und keinen Platz in einer Auswahl hat, der es widersprechen könnte, oder ganz oben in einer nach "günstigste zuerst" sortierten Liste; Ihre eigene Standardsortierung (Abschnitt 8) ist keine eigene Wahl des Kunden und schaltet die Regeln nicht ab. Die Seitenaufteilung bildet die eine Ausnahme: Hervorgehobene Produkte belegen die ersten Plätze der gesamten Auflistung, sodass Seite 2 und folgende danach fortfahren, statt sie zu wiederholen.

Eine Suchregel erstellen

1. Klicken Sie auf **Suchregel hinzufügen**.
2. Wählen Sie **Wenn der Suchbegriff**: exakt übereinstimmt, enthält, oder einem Muster entspricht (verwenden Sie `*` als Platzhalter, zum Beispiel `iphone*`). Groß-/Kleinschreibung, Akzente und Satzzeichen werden immer ignoriert.
3. Geben Sie den **Begriff** ein, wählen Sie eine **Sprache** (oder "Alle Sprachen"), und eine **Position** unter den anderen Regeln.
4. Wählen Sie, was **dann** geschieht: Hervorgehobene Produkte unabhängig von der Übereinstimmung ganz oben anheften, passende Produkte höher pushen ohne nicht passende anzuheften, oder den Kunden weiterleiten.
5. Wählen Sie bei einer Regel für hervorgehobene oder gepushte Produkte bis zu **24 Produkte** durch Eingabe ihres Namens oder ihrer Referenz, in der gewünschten Anzeigereihenfolge.
6. Wählen Sie bei einer Weiterleitung den Zieltyp (eine Kategorie, eine CMS-Seite, ein Produkt, eine Marke, oder eine reine URL, die mit `http://`, `https://` oder einem führenden `/` beginnt), dessen ID oder URL, sowie den HTTP-Status: 302, es sei denn, Sie sind sich sicher, da ein 301 von Browsern zwischengespeichert wird und schwer rückgängig zu machen ist.
7. Klicken Sie auf **Suchregel speichern**.

Ein Suchindex, der nicht nach einer bestimmten Liste von Produkt-IDs filtern kann, kann die hervorgehobenen oder gepushten Produkte einer Regel nicht bereitstellen; trifft dies auf Ihren aktuellen Index zu, weist der Reiter darauf hin und bittet um eine vollständige Neuindexierung im Reiter Dashboard. Weiterleitungsregeln und die Seite für Suchen ohne Ergebnis funktionieren

unabhängig davon, da keine von beiden eine Filterung der Suchmaschine nach einer Produktliste benötigt.

Multistore: Suchregeln sind die einzige Einstellung auf dieser Seite, die nicht gemeinsam genutzt wird. Jede andere Einstellung dieses Moduls gilt pro Shop mit einer globalen Rückfalloption; eine beim ausgewählten Kontext "Alle Shops" gespeicherte Regel wird nur für den einzelnen Shop hinterlegt, der zu diesem Zeitpunkt gerade aktiv war, nicht für die anderen. Wechseln Sie vor dem Speichern zu dem Shop, für den die Regel gedacht ist, und wiederholen Sie die Regel bei jedem Shop, der sie benötigt.

Seite für Suchen ohne Ergebnis

Was ein Kunde sieht, wenn eine Suche nichts findet, nachdem sowohl Synonyme als auch Tippfehlertoleranz bereits erfolglos versucht wurden, angezeigt unter der eigenen "Keine Ergebnisse"-Meldung des Themes, nur auf der Suchseite.

- **Seite für Suchen ohne Ergebnis anzeigen:** ein oder aus.
- **Vorzuschlagende Produkte:** bis zu 24, ausgewählt auf dieselbe Weise wie bei einer Suchregel.
- Pro Sprache: ein Feld **Überschrift** und ein Feld **Text** (grundlegende HTML-Tags sind erlaubt).

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
----	------	----------------------	------	--------	----------	---------

No search rules yet.

[+ Add search rule](#)

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page

Yes

Products to suggest

Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

[Save zero-result page](#)

[Save](#)

Merchandising: die Rangfolge, die Tabelle der Suchregeln, und die Seite für Suchen ohne Ergebnis darunter.

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

New search rule

When the search term	Term	Language	Position
is exactly		All languages	0

Case, accents and punctuation are ignored. With the pattern mode, * stands for anything (e.g. "iphone*").

Then	Enabled
Featured products: put them on top, matching or not	Yes

Products

Type a product name or reference

In this order, at the top of the results. A product must be active, associated to this shop and visible in search. Up to 24 products per rule.

 Save search rule

Cancel

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page	Products to suggest
Yes	Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

 Save zero-result page

 Save

Eine Suchregel erstellen: die Übereinstimmungsbedingung, der Begriff, die Aktion, und die Produktauswahl für eine Regel mit hervorgehobenen oder gepushten Produkten.

11. SEO-Filter-Landingpages

Standardmäßig ist jede von einem Kunden erzeugbare gefilterte URL (zum Beispiel eine Kategorie mit angehakter Marke und Farbe) als `noindex, follow` gekennzeichnet, sodass Suchmaschinen niemals eingeladen werden, die nahezu unendlichen Kombinationen zu indexieren, die ein Facettensystem erzeugen kann. Dieser Reiter erlaubt es Ihnen, gezielt eine kleine, ausgewählte Anzahl wertvoller Kombinationen in echte, indexierbare Landingpages zu verwandeln, jede mit eigenem Titel, eigener Meta-Beschreibung, eigener Überschrift, eigenem Einleitungstext und einer lesbaren Adresse wie `/red-running-shoes`, versehen mit einem selbstreferenzierenden Canonical-Tag. Die frühere Query-String-Adresse einer Seite, der

inzwischen eine sprechende URL zugewiesen wurde, leitet mit einem 301 dorthin weiter, sodass ein bereits indexierter Link weiterhin funktioniert und sein Ranking weitergibt.

Eine SEO-Filterseite erstellen

1. Setzen Sie "**SEO-Landingpages aktivieren**" auf Ja, und legen Sie optional ein **URL-Präfix** fest (leer lassen für Seiten an der Wurzel, zum Beispiel `/red-running-shoes` ; ein Präfix wie "filters" ergibt `/filters/red-running-shoes` , nützlich, wenn Ihre eigenen Kategorieadressen keine numerische ID besitzen, da eine einsegmentige Adresse sonst zuerst von der Kategorieroute abgefangen würde).
2. Klicken Sie auf **SEO-Filterseite hinzufügen**.
3. Wählen Sie den **Geltungsbereich**: eine Kategorieauflistung oder die Suchseite. Wählen Sie bei einer Kategorie die **Zielkategorie**.
4. Legen Sie den **URL-Schlüssel** fest, die eigentliche Adresse der Seite. Er wird beim Tippen aus dem Meta-Titel Ihrer Standardsprache befüllt und bleibt bearbeitbar; ein bereits von einer Kategorie, einem Produkt, einer CMS-Seite, einer anderen SEO-Seite, einer Kernseite, einem Installationsordner, oder der sprechenden URL eines anderen Moduls verwendeter Schlüssel wird abgelehnt, ebenso wie einer, der wie eine Kategorie-ID beginnen würde.
5. Bauen Sie die **freizugebende Filterkombination** auf: Marken, jede Variantengruppe, jede Merkmalsgruppe, Verfügbarkeit, Zustand, die Kennzeichnungen Neu und Im Angebot, sowie einen Preisbereich, alle als Mehrfachauswahllisten.
6. Füllen Sie pro Sprache **Meta-Titel**, **H1-Überschrift**, **Meta-Beschreibung** und einen **Einleitungstext** aus (grundlegende HTML-Tags erlaubt). Die H1-Überschrift erscheint über den Produkten im Stil des Seitentitels; sie wird als Überschrift zweiter Ebene ausgegeben, weil das Theme die eigene H1 der Seite bereits ausgibt.
7. Klicken Sie auf **SEO-Seite speichern**.

Die Tabelle listet jede Seite mit ihrem Ziel, einer Zusammenfassung ihrer Filter, ihrem Titel, ihrem URL-Schlüssel (oder einem Hinweis, dass sie noch unter der älteren Query-String-Adresse liegt), einem Hinweis, falls ihre Adresse nun mit etwas anderem in Konflikt steht, einem Link **Ansehen**, sowie den Aktionen Bearbeiten / Löschen.

Eine freigegebene Kombination erhält genau eine Seite: Eine zweite Seite für eine bereits freigegebene Kombination wird abgelehnt. Ein numerischer Bereich, etwa Gewicht oder Preis, der direkt in die Adresse eingegeben statt über dieses Formular gewählt wird, wird auf einer SEO-Seite nicht berücksichtigt: Die sprechende Adresse selbst ist die gesamte Auswahl, sodass die Seite alles Zusätzliche im Query-String ignoriert. Bereiche funktionieren bei gewöhnlichen Kategorie- und Suchauflistungen normal.

Ist die eigene Einstellung "Sprechende URLs" von PrestaShop (Shop-Parameter > Traffic & SEO) deaktiviert, werden SEO-Seiten unter ihrer älteren Query-String-Adresse ausgeliefert, bis sie aktiviert wird; der Reiter weist Sie darauf hin, wenn dies zutrifft.

SEO filter landing pages

Whitelist specific, valuable filter combinations (e.g. a category + a brand + a colour) as INDEXABLE landing pages with custom title, meta description, H1 and intro text, each at its own readable address (e.g. /red-nike-shoes) with a self-referencing canonical. Every other filtered URL stays noindex,follow. The old ?cl_f=... address of a page redirects (301) to the new one.

Enable SEO landing pages

Yes

URL prefix (optional)

none: pages at the root

Leave empty for /url-key. A prefix such as "filters" gives /filters/url-key: use it if your category URLs have no id (a single-segment category schema is matched before module routes).

On	Target	Filters	Title	URL key	Actions
✓	Electronics	Brand: HydraPlus	HydraPlus Electronics - Official Range Demo Store	hydraplus-electronics	View Edit Delete

+ Add SEO filter page

SEO-Filterseiten: die Einstellung des URL-Präfix, und die Tabelle der freigegebenen, indexierbaren Filterkombinationen.

URL key

https://demo.presta365.com/

generated from the meta title

The page address: lowercase letters, digits and dashes. Filled in from the meta title of the default language while you type; edit it freely. A key already used by a category, a product, a CMS page or another SEO page is refused.

Filter combination to whitelist

Brands	Color	Dimension	Paper Type
AeroCorp AeroGear AeroLabs AeroLine AeroOne AeroPlus AeroStyle	Gray Taupe Beige White Off White Red Black	40x60cm 60x90cm 80x120cm	Ruled Plain Squared Doted

Eine SEO-Filterseite erstellen: der URL-Schlüssel und der Beginn der freizugebenden Filterkombination (Marke, Farbe, Abmessung und Papierart in diesem Katalog; Ihre eigenen Filter erscheinen hier stattdessen).

Availability

☐ In stock

Condition

☐ New
 ☐ Used
 ☐ Refurbished

Flags

☐ New
☐ On sale

Price min

Price max

English (English)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Save SEO page

Cancel

Save

Weiter unten im selben Formular: Verfügbarkeit, Zustand, die Kennzeichnungen Neu und Im Angebot, ein Preisbereich, sowie Titel, Beschreibung und Einleitungstext pro Sprache.

12. Erweitert: Auflistungsregeln und individuelle Preise

Auflistungsregeln (Kategorie & Suche)

Option	Was sie bewirkt
Nicht vorrätige Produkte	Dort anzeigen, wo die gewählte Sortierung sie natürlich einordnet, sie zuletzt anzeigen (nach jedem vorrätigen Produkt, wobei Ihre eigene Sortierreihenfolge innerhalb jeder Hälfte erhalten bleibt und über mehrere Seiten hinweg korrekt funktioniert), oder sie vollständig ausblenden. Nicht vorrätig bedeutet eine Menge von null. "Zuletzt anzeigen" erfordert bei einer externen Suchmaschine eine Neuindexierung, um wirksam zu werden.
Angezeigte Variante beim Filtern nach Merkmal	Wenn ein Kunde beispielsweise nach Größe oder Farbe filtert, entweder die Produktkarte der passenden Kombination selbst anzeigen, also deren eigenes Foto, Preis und Bestand, oder unabhängig vom Filter immer die Standardkombination des Produkts anzeigen.
Standardsortierung Kategorie	Die eigene Standardreihenfolge des Themes (Position), oder Markenpriorität zuerst (mithilfe eines am Hersteller festgelegten Prioritätswerts), dann Position.
Merkmalswert-IDs ausschließen	Eine durch Kommas getrennte Liste von Merkmalswert-IDs. Produkte mit einem dieser Werte werden in jeder Auflistung ausgeblendet, nützlich, um eine ausgelaufene Produktlinie außer Betrieb zu nehmen, ohne sie zu löschen. Erfordert bei einer externen Suchmaschine eine Neuindexierung, um vollständig wirksam zu werden.

Individuelle Preise (kundenspezifische Sonderpreise)

Der einem Kunden angezeigte Preis wird immer live und exakt von PrestaShop berechnet, einschließlich eines möglichen individuellen Preises; davon wird durch nichts auf diesem Reiter etwas beeinflusst. Diese Einstellung bestimmt nur, welcher Preis intern für **Sortierung und Filterung** einer Auflistung verwendet wird, da dafür ein indexierter Wert pro Produkt benötigt wird, statt einer Live-Berechnung für jeden Kunden bei jedem Seitenaufruf. Standardmäßig ist dieser indexierte Wert der Kundengruppenpreis, sodass ein Kunde mit einer eigenen individuellen Preisliste, zum Beispiel über eine ERP- oder Vertragsanbindung, eine Auflistung leicht anders sortiert oder gefiltert sehen kann, als das, was ihm beim Checkout tatsächlich berechnet wird.

Umgang mit individuellen Preisen: vier Modi.

- **Aus:** Sortierung und Filterung nach Preis verwenden immer den Kundengruppenpreis.
- **Individuelle Preise indexieren:** berechnet für jeden Kunden mit einer individuellen Preisliste einen exakten indexierten Preis, sodass auch dessen eigene Sortier- und Filterergebnisse exakt sind. Erfordert nach der Aktivierung eine Neuindexierung.
- **Hinweis anzeigen:** zeigt Kunden mit einer individuellen Preisliste eine Meldung in der Nähe der Preissortierung und -filterung, die sie darauf hinweist, dass die dort angezeigten Werte nicht ihrem tatsächlichen Preis entsprechen müssen.
- **Beides:** indexiert individuelle Preise und zeigt den Hinweis trotzdem für jeden Kunden an, der aus irgendeinem Grund nicht von der Indexierung erfasst ist (siehe die Kundenobergrenze unten).

Ist die Indexierung aktiviert, schätzt der Reiter für Ihren aktuellen Katalog, wie viele zusätzliche Preisberechnungen eine vollständige Neuindexierung benötigen würde, sowie

ungefähr, wie viele zusätzlichen Minuten und wie viel zusätzlicher Indexumfang zu erwarten sind, bevor Sie es aktivieren. Eine **Kundenobergrenze** (eine feste Zahl, oder Automatisch, basierend auf dem freien Speicherplatz Ihres Elasticsearch- oder OpenSearch-Clusters) begrenzt dies: Kunden über der Obergrenze fallen einfach auf ihren Gruppenpreis zurück, statt jede Neuindexierung unvorhersehbar schwerer zu machen.

Listing rules (category & search)

Out-of-stock products

Show them where the sort puts them

Out of stock means quantity 0. "Show them last" keeps your sort order inside each half and works across pages; with a search engine it needs a reindex to take effect.

Variant shown when filtering by attribute

The matching combination (photo, price, stock)

When a shopper filters on "size 42" or "red", the product card shows that combination: its photo, its price and the stock of every combination matching the filters. Products with no combination matching all the active filters keep their default one.

Default category sort

Position (theme default)

Brand priority uses a "priority" column on the manufacturer table (higher first); 0 when your shop has none.

Exclude feature-value IDs

e.g. 1037,1061,1043

Products carrying any of these feature-value IDs are hidden from listings (e.g. discontinued lines). Requires a reindex to take full effect.

Personal prices (per-customer specific prices)

ⓘ

The price SHOWN to shoppers is always exact. PrestaShop recomputes it for the logged-in customer, including their personal prices. This setting only affects SORTING and FILTERING by price, which use the indexed price. By default those use the customer group price; a customer with an individual price list (specific_price on their account) may see slightly different sort/filter results. Below you decide how to handle that.

Handling of personal prices

Off: sort/filter by price use group prices

"Index personal prices" computes an exact price for each customer that has an individual price list (via getPriceStatic) and uses it for their price sort/filter. Requires a reindex after changing.

Erweitert: die Auflistungsregeln für Bestand, Varianten, Kategoriesortierung und ausgeschlossene Merkmale, sowie die Einstellungen für individuelle Preise darunter.

13. Neuindexierung und der Cronjob

Der Reiter **Dashboard** ist die eigene Startseite des Moduls. Bei der nativen Suchmaschine bestätigt er lediglich, dass die native Suche aktiv ist, ohne dass etwas zu indexieren ist. Bei einer externen Suchmaschine zeigt er den Verbindungsstatus, die Anzahl der indexierten Dokumente nach Typ, eine Tabelle jedes Index mit seiner eigenen Dokumentenanzahl, sowie zwei Schaltflächen: **Jetzt neu indexieren** und **Alle indexierten Daten löschen**, beide mit einem Live-Fortschrittsbalken.

Eine vollständige manuelle Neuindexierung über diese Schaltfläche ist einmalig direkt nach dem erstmaligen Wechsel zu einer externen Suchmaschine erforderlich, sowie erneut nach jeder Änderung, bei der dieses Handbuch eine Neuindexierung als notwendig beschreibt (die Analyzer-Filter, der Anzeigemodus für nicht vorrätige Produkte, die Indexierung individueller Preise, ausgeschlossene Merkmalswert-IDs, die Kundengruppen, die eine Kategorie sehen dürfen, und einige weitere, die im Verlauf dieses Handbuchs erwähnt werden).

Nach einem Update von einer Version vor 4.21.0 führen Sie bei einer externen Suchmaschine einmal eine vollständige Neuindexierung durch: Der Index speichert jetzt, welche Kundengruppen jedes Produkt und jede Kategorie sehen dürfen (Abschnitt 5), und die Modulseite zeigt den Hinweis **Vollständige Neuindizierung erforderlich**, bis alle Indizes neu aufgebaut sind. Bei der nativen Suchmaschine ist nichts zu tun.

Der Reiter zeigt außerdem eine tokengeschützte Cron-URL folgender Form:

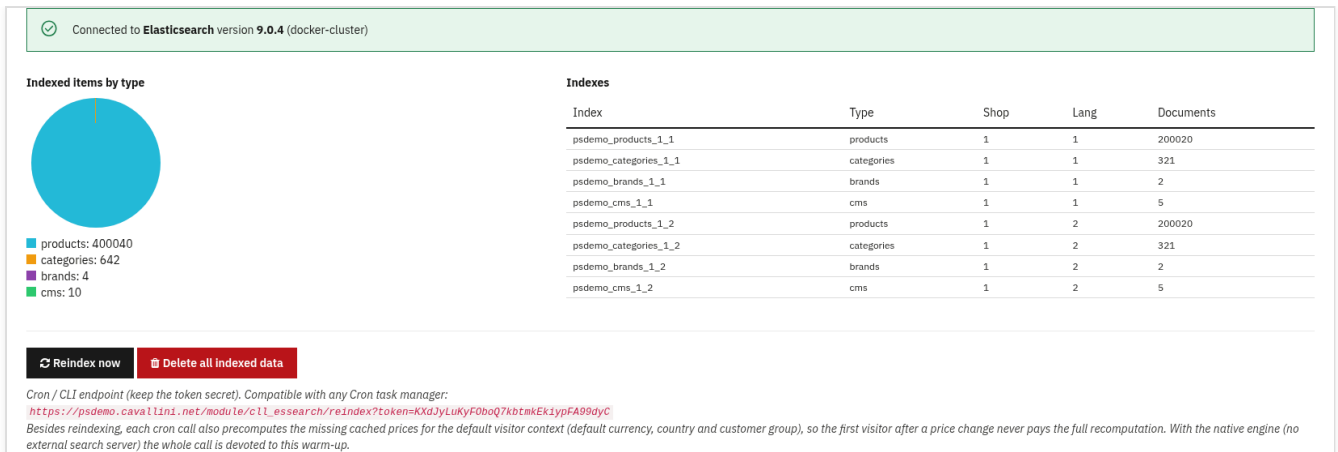
```
https://your-shop/index.php?fc=module&module=cll_essearch&controller=reindex&token=SECRET
```

Tragen Sie sie in den Scheduler Ihres Servers ein, oder in jeden externen Dienst, der eine URL nach einem Zeitplan aufrufen kann; der Endpunkt kann gefahrlos so oft aufgerufen werden, wie Sie möchten, und arbeitet innerhalb eines Zeitbudgets (standardmäßig 50 Sekunden, von 5 bis 280 über `&seconds=N`). Jeder Aufruf erledigt zwei Dinge:

- Bei einer externen Suchmaschine werden zuerst die Produktänderungen gesendet, die in der Warteschlange liegen, weil die Suchmaschine nicht antwortete; danach wird innerhalb des Zeitbudgets eine vollständige oder inkrementelle Neuindexierung über jeden Shop und jede Sprache hinweg abgearbeitet; bei der nativen Suchmaschine gibt es nichts zu indexieren, weshalb dieser Schritt übersprungen wird und sein gesamtes Budget dem nächsten Schritt zugutekommt.
- Die verbleibende Zeit wird dafür verwendet, die für Sortierung und Filterung verwendeten zwischengespeicherten Preise für den Standardbesucherkontext des aktuellen Shops vorzuwärmen, sodass der erste Besucher nach einer Preisänderung nie selbst die vollständige Neuberechnung bezahlen muss. Fügen Sie `&only=prices` hinzu, um das Vorwärmen der Preise nach einem eigenen, häufigeren Zeitplan als die vollständige Neuindexierung auszuführen, und `&warm_max=N`, um zu begrenzen, wie viele Produkte pro Aufruf bepreist werden.

Derselbe Endpunkt akzeptiert außerdem einen Stapelmodus mit `id_shop` / `id_lang` / `offset`, denselben, den die Schaltfläche "Jetzt neu indexieren" des Backoffice intern bereits verwendet, verfügbar für jeden externen Scheduler, der kleine, fortsetzbare Stapel einem einzigen langlaufenden Aufruf vorzieht.

Bei einer externen Suchmaschine baut eine Neuindexierung einen neuen, zeitgestempelten Index auf und schaltet Kunden erst dann darauf um, wenn der Aufbau abgeschlossen ist, sodass eine laufende oder eine fehlgeschlagene Neuindexierung den Onlineshop nie mit einem halb aufgebauten Index oder einer defekten Suche zurücklässt. Es läuft immer nur ein Neuaufbau desselben Index gleichzeitig: Baut der Cron denselben Index bereits neu auf, meldet **Jetzt neu indexieren** dies und bittet zu warten, statt dass sich beide gegenseitig den halb aufgebauten Index löschen.



Dashboard: Verbindungsstatus, indexierte Dokumente nach Typ, die Indextabelle, die Neuindexierungssteuerung, und die Cron-URL.

14. Multistore

Verbindungseinstellungen, jeder Hauptschalter, die Facettenkonfiguration und Filtervorlagen gelten allesamt pro Shop, mit einer globalen Standardeinstellung, die von jedem Shop ohne eigene Überschreibung verwendet wird. So können zwei Shops derselben PrestaShop-Installation zwei unterschiedliche Suchmaschinen, zwei unterschiedliche Themes und zwei unterschiedliche Filtersätze parallel betreiben. "Native Suche übernehmen" gilt ebenfalls pro Shop, und die Autovervollständigungs-Verknüpfungen "Innerhalb einer Kategorie oder Marke suchen" (Abschnitt 8) folgen shopweise derselben Einstellung.

Bekannte Einschränkung: Merchandising-Regeln werden nicht gemeinsam genutzt.

Anders als alles oben Genannte wird eine im Backoffice beim ausgewählten Kontext "Alle Shops" gespeicherte Suchregel (Abschnitt 10) nur für den einzelnen Shop hinterlegt, der zu diesem Zeitpunkt gerade aktiv war, nicht für die gesamte Installation gemeinsam. Legen Sie in einem Multistore die Regel auf jedem Shop, der sie benötigt, erneut an, oder wechseln Sie vor dem Speichern zu diesem einen Shop, statt sich darauf zu verlassen, dass "Alle Shops" sie überall verteilt.

15. Häufig gestellte Fragen und bekannte Grenzen

Brauche ich Elasticsearch, OpenSearch oder Meilisearch, um dieses Modul zu nutzen?

Nein. Die native Suchmaschine funktioniert, sobald Sie **Front-Office-Suche aktivieren** auf Ja stellen (Abschnitt 1), ohne externen Server, und bietet bereits Suche, Autovervollständigung, Facettennavigation und eine eigene Tippfehlertoleranz. Eine externe Suchmaschine ist ein Leistungs- und Relevanz-Upgrade für größere Kataloge, keine Voraussetzung.

Ich habe die Suchmaschine gewechselt, und jetzt liefert die Suche keine Ergebnisse mehr.

Der Wechsel der Suchmaschine im Reiter Verbindungen übernimmt nicht den Index der vorherigen Suchmaschine. Führen Sie nach dem Wechsel **Jetzt neu indexieren** im Reiter Dashboard aus.

Warum zeigen die Filterwerte in meiner Auflistung keine Produktzähler an?

Prüfen Sie "Ergebniszähler anzeigen" im Reiter Facetten. Bei Automatisch werden die Zähler bei der nativen Suchmaschine bewusst ausgeblendet, um eine zusätzliche Abfrage pro Filterwert bei jeder Auflistungsansicht zu vermeiden; aktivieren Sie sie von Hand, wenn Ihr Katalog klein genug für diese Kosten ist, oder wechseln Sie zu einer Suchmaschine, die Zähler ohne zusätzliche Abfragekosten zurückliefert.

Das AJAX-Filterpanel aktualisiert das Produktraster in meinem Theme nicht.

Setzen Sie das Feld "CSS-Selektor der Produktliste" im Reiter Sucheinstellungen (Abschnitt 3) auf den CSS-Selektor des Produktrastercontainers Ihres Themes.

Die Autovervollständigung erscheint nicht, wenn ich in das Suchfeld tippe.

Möglicherweise verwendet das Sucheingabefeld Ihres Themes nicht das Standardmarkup von PrestaShop. Setzen Sie das Feld "CSS-Selektor des Suchfelds" (Abschnitt 3).

Ich sehe zwei "Filter"-Schaltflächen oder zwei Filterpanels auf meinen Auflistungsseiten.

Ein weiteres Modul für Facettensuche, meist das eigene `ps_facetedsearch` von PrestaShop, ist gleichzeitig aktiv; PrestaShop lässt nur ein Modul auf den Hook antworten, der die Kategoriefilterung berechnet, sodass der Versuch beider, ein Panel zu zeichnen, ein doppeltes, verwirrendes Ergebnis erzeugt. Die Konfigurationsseite des Moduls zeigt eine Warnung, die jedes konkurrierende Modul benennt, mit einer Ein-Klick-Schaltfläche Deaktivieren daneben; dabei gehen keine Daten verloren, und jedes davon kann jederzeit über den Modulmanager wieder aktiviert werden. Auf derselben Seite hat ein eigener Hinweis zu `ps_facetedsearch` die Schaltfläche **Diesen Hinweis nicht mehr anzeigen**, für einen Shop, der dieses Modul bewusst aktiv lässt.

Ändert dieses Modul, wie Preise angemeldeten Kunden mit Sonderpreisen angezeigt werden?

Nein. Der einem Kunden angezeigte Preis wird immer live von PrestaShop selbst berechnet, genau wie ohne dieses Modul. Die Einstellung "Individuelle Preise" im Reiter Erweitert (Abschnitt 12) beeinflusst nur, welcher Preis intern für Sortierung und Filterung einer Auflistung verwendet wird.

Kann ich Filter komplett aus einer bestimmten Kategorie heraushalten?

Ja: Erstellen Sie eine Filtervorlage ohne aktivierte Facetten (oder nur mit den gewünschten) und weisen Sie sie dieser Kategorie zu (Abschnitt 7).

Indexieren Suchmaschinen jede mögliche Filterkombination auf meiner Website?

Nein. Jede gefilterte URL ist standardmäßig `noindex, follow`. Nutzen Sie den Reiter SEO-Filterseiten (Abschnitt 11), um gezielt bestimmte, wertvolle Kombinationen in indexierbare Seiten mit eigener Adresse, eigenem Titel und eigener Beschreibung zu verwandeln.

Sendet das Deaktivieren von "Letzte Suchen" irgendetwas an den Shop?

Nein, in keinem der beiden Zustände. Letzte Suchen leben ausschließlich im eigenen Browserspeicher des Besuchers und werden niemals an den Shop gesendet oder von ihm protokolliert; das Deaktivieren der Einstellung bedeutet lediglich, dass überhaupt nichts mehr aus diesem Speicher gelesen oder dorthin geschrieben wird.

Ein auf Hummingbird oder Classic aufbauendes Theme zeigt auf der Suchergebnisseite keine Filter an. Ist meine PrestaShop-Version zu alt?

Nein. Die Themes Classic und Hummingbird geben der Suchergebnisseite auf jeder PrestaShop-Version, von 1.7.1 bis 9.1, ein Layout in voller Breite ohne linke Spalte; das ist die eigene Layoutentscheidung des Themes für diese Seite, keine Versionseinschränkung, und kein PrestaShop-Upgrade ändert daran etwas. Genau deshalb rendert das Modul den Filterblock über einen zweiten Hook auf Layout-Ebene auf jeder so aufgebauten Seite (Abschnitt 3), sodass er unabhängig von der Version funktioniert.

Weitere bekannte Grenzen, die Sie kennen sollten, bevor Sie ihnen begegnen

- Eine gruppierte Facette (Abschnitt 6) zeigt bei Meilisearch überhaupt keinen Produktzähler an, statt eines falschen.
- Bei der nativen Suchmaschine und bei Meilisearch sehen zwei Facetten derselben zugrunde liegenden Gruppe, zum Beispiel ein Merkmal Farbe und ein Merkmal Größe, die jeweils andere Auswahl nicht in ihren eigenen Zählern: Die Wahl einer Farbe verringert nicht die neben den Größen angezeigten Zahlen, was gelegentlich auf einen Wert hinweisen kann, der dann null Ergebnisse liefert. Bei Elasticsearch und OpenSearch wird jede Merkmals- oder Eigenschaftsgruppe mit den Auswahlen der anderen Gruppen gezählt, und ein bereits angehakter Wert, den die anderen Auswahlen ausschließen, bleibt mit 0 in der Liste, damit er wieder abgewählt werden kann.
- Eine durch "Mehr laden" oder unendliches Scrollen (Abschnitt 3) an die Auflistung angehängte Karte wird von einem anderen Modul, das auf eine vollständige Rasteraktualisierung reagiert, wie etwa ein Wunschlisten-Herz-Symbol, nicht verziert; der Wechsel der Seite über die nummerierte Seitennavigation, das Sortieren und die Seitengröße sind davon nicht betroffen. Verwenden Sie stattdessen den Modus mit nummerierter Seitennavigation, wenn ein solches Modul jede Karte verzieren muss.
- Eine SEO-Filterseite (Abschnitt 11) berücksichtigt keinen numerischen Bereich, der direkt in ihre Adresse eingegeben wird; die sprechende Adresse ist die gesamte Auswahl.
- Merchandising-Regeln (Abschnitt 10) sind die einzige Einstellung pro Shop in diesem Modul, die aus dem Kontext "Alle Shops" heraus nicht über eine Multistore-Installation hinweg gemeinsam genutzt wird.

- `ps_facetedsearch` , das eigene native Filtermodul von PrestaShop, konkurriert um denselben Hook wie dieses Modul; deaktivieren Sie es, wenn beide im selben Shop aktiv sind (siehe die Frage oben).