Roadmap und Strategiepapier für die Verona GmbH

Roadmap mit Strategiepapier für die Verona GmbH. Verona, die Verona GmbH und ihre Produkte sind erfunden. Grundlage sind die Muster-Berichte am echten Demo-Shop demo-mode.naventec.de der Naventec GmbH; für die Roadmap selbst wurde nichts gemessen.

Die Schritte beschreiben den Demo-Shop und sind keine Zusage zum Leistungsumfang. Bei Kunden sind Updates von Shopware und Plugins und die Schritte der Art „Wartung“ Service nach Aufwand, den der Kunde beauftragt; ein Wartungsprotokoll, wie es der Wartungslauf in Schritt 1.5 vorsieht, erstellt die Naventec GmbH nur auf Wunsch, als Zusatzleistung.

1. Kopf

Auftraggeber	Verona GmbH, fiktiv (Demo-Shop demo-mode.naventec.de)
Berichtsart	Roadmap und Strategiepapier
Datum	2026-10-19
Gegenstand	Shopware-Shop Verona (Shopware 6.7), Kanal Mode, https://demo-mode.naventec.de, wie in den Berichten der Grundlage ausgeliefert
Grundlage	Muster-Systemcheck, Muster-Wartungsprotokoll und Muster-Integrations-Check (2026-10-17), Muster-Conversion-Audit (2026-10-17, Nachmessung 2026-10-19), Muster-SEO-Bericht (2026-10-18), Muster-Performance-Bericht, Teil A, und Muster-Befund Quick Check (2026-10-19)
Umfang	Bewertet: alle Befunde der Grundlage zum Shop Verona. Nicht bewertet: Teil B des Performance-Berichts (Website einer anderen fiktiven Firma), die Migrationsanalysen (Verona läuft schon auf Shopware 6), Zugänge und Rechte der Administration, die Unterlagen zu Marketing und weiteren Themen (sie enthalten keine Befunde)
Verfasser	Naventec GmbH

Zeiten in UTC.

2. Kurzfazit

Verona hat einen stabil laufenden Shop mit vollständigem Index und nächtlicher Sicherung samt bestandener Restore-Probe, und mobil halten alle vier gemessenen Seiten den LCP-Grenzwert am Median ein; offen sind vor allem der Mailversand, Pflichtangaben an Preisen und die Anbindung von Lager und Zahlung. Insgesamt sind 2 hohe, 11 mittlere und 8 niedrige Punkte offen. Am dringendsten sind Mails, die derzeit nicht zugestellt werden (H1), und das fehlende Lager- oder Warenwirtschaftssystem (H2). Die Roadmap sichert in Horizont 1 bis zum 2026-11-17 Betrieb und Recht, baut in Horizont 2 bis zum 2027-01-31 Kaufsicherheit und Sichtbarkeit aus und verbindet in Horizont 3 ab Februar 2027 den Shop mit Lager und Zahlung. Erster Schritt ist die Zustellung der Mails (Schritt 1.1), parallel fallen die drei Entscheidungen aus Schritt 1.4.

3. Messwerte

Kennzahlen aus der Grundlage; Datum, Messweg und Quelle wie im jeweiligen Bericht. Die Lighthouse-Werte stammen aus dem Performance-Bericht: Lighthouse 13.5.0 vom Messrechner der Naventec GmbH, mobil mit simulierter Drosselung (M1, 10 Läufe je Seite) und mit echter Drosselung (M2, 5 Läufe), Desktop (D, 5 Läufe), am 2026-10-19 von 13:56Z bis 14:16Z; alle 40 Läufe von M1 gehören zur schnellen Gruppe.

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Erreichbarkeit und Antwortzeit	Start, Kategorie, Lookbook, Produktseite, Suche und Anmeldung je 5 von 5 Abrufen mit 200; erstes Byte im Median nach 119 bis 284 ms; 0 Antworten mit 5xx bei 6 498 HTTPS-Anfragen seit 2026-10-16, 05:41Z	2026-10-17, 11:19Z	HTTP: curl 8.14.1, 5 Abrufe je Seite ohne Cookies; Server: Statusklassen im Zugriffsprotokoll des Shops	Muster-Systemcheck und Muster-Wartungsprotokoll, Abschnitt 3; https://demo-mode.naventec.de
Largest Contentful Paint, Median	Start 2,08 s, Kategorie /Damen/ 2,18 s, Produktseite 2,07 s, Warenkorb 2,22 s (M1); Gegenprobe 2,17 s, 2,22 s, 2,11 s, 3,21 s (M2); Desktop höchstens 0,49 s	2026-10-19, 13:56Z bis 14:16Z	Lighthouse 13.5.0, M1, M2 und D wie oben	Muster-Performance-Bericht, Teil A, Abschnitt 3
Bildauslieferung mobil	Lighthouse schätzt die Einsparung durch passende Bildgrößen auf 163 KiB auf der Startseite, 96 KiB auf der Produktseite und 87 KiB auf der Kategorie	2026-10-19, 13:56Z bis 14:16Z	Lighthouse 13.5.0, M1 und D, Audit `image-delivery-insight`	Muster-Performance-Bericht, Teil A
CSS	eine Datei `all.css`, davon 71 bis 74 KiB je Seite ungenutzt; blockiert das erste Rendern (Verzögerung 450 ms)	2026-10-19, 13:56Z bis 14:16Z	Lighthouse 13.5.0, M1, Audits `unused-css-rules`, `render-blocking-insight`	Muster-Performance-Bericht, Teil A

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Updates	1 Patch-Update von Shopware offen, keine Sicherheitsmeldung zum installierten Stand; Plugins: 0 mit Update	2026-10-17, 11:19Z	lokal: Packagist, `composer audit`; Server: Shopware-Konsole	Muster-Wartungsprotokoll, Abschnitt 3
Mail nach außen	Mails an Empfänger außerhalb des Servers werden derzeit nicht zugestellt; vom 2026-10-09, 23:00Z bis 2026-10-17, 12:32Z wurden 5 Zustellversuche verschoben	2026-10-17, 11:19Z und 13:01Z	Server: Zustellprotokoll	Muster-Wartungsprotokoll, Abschnitt 3; Muster-Systemcheck H1
Sicherungen	Datenbank alle 30 Minuten, Dateien jede Nacht, der letzte Lauf jeweils erfolgreich; eine Kopie außerhalb des Servers jede Nacht, 7 von 7 Läufen im Zeitraum erfolgreich; Restore-Probe der neuesten Datenbanksicherung vollständig (256 Tabellen, Schlusszeile vorhanden)	Zeitraum 2026-10-10 bis 2026-10-17; Restore-Probe 2026-10-17, 11:19Z	Server: Status der Sicherungen; lokal: Protokoll der Kopie, Restore-Probe	Muster-Wartungsprotokoll, Abschnitt 3
Index und Produktadressen	30 Hauptartikel, 276 Varianten, 306 kanonische Produktadressen, 22 Kategorien, 7 Landingpages	2026-10-17, 11:19Z	Server: Abfragen in der Datenbank des Shops	Muster-Systemcheck, Abschnitt 3
Titel und Beschreibung der Startseite	Titel „Home“ (4 Zeichen), keine Meta-Beschreibung	2026-10-18, 10:49Z	SEO-Messlauf	Muster-SEO-Bericht, Abschnitt 3; /
Strukturierte Daten der Produktseite	`Product` mit Offer und Brand, 0 Fehler; es fehlen empfohlene Angaben wie Farbe, Größe, Material und GTIN	2026-10-18, 10:49Z	SEO-Messlauf, Validator `@adobe/structured-data-validator`	Muster-SEO-Bericht, Abschnitt 3
Kaufweg	9 Klicks von der Startseite bis zur Bestellung am Desktop, Gastbestellung als Vorgabe, 4 Kassenschritte; Zahlarten erstmals im dritten Kassenschritt sichtbar	2026-10-17, 14:34Z und 14:35Z; Schritt Zahlung in der Nachmessung 2026-10-19, 16:04Z	Playwright 1.64.1, Durchgang D und Nachmessung	Muster-Conversion-Audit, Abschnitt 3
Streichpreise	an 6 Archiv-Kacheln und der geprüften Archiv-Produktseite ohne Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage	2026-10-17, 14:34Z	Playwright, DOM-Auszug der durchgestrichenen Elemente	Muster-Conversion-Audit, Abschnitt 3

Messgröße	Wert	Datum	Messweg	Quelle
Stammdaten für Anbindungen	306 Artikelnummern ohne Dublette, jeder der 278 Verkaufsartikel mit Preis und Bestandswert; EAN/GTIN, Herstellernummer, Gewicht und Maße je an 0 von 278	2026-10-17, 09:55Z	Messlauf lesend über die Admin-API des Shops	Muster-Integrations-Check, Abschnitt 3
Angebundene Systeme	kein System für Lager, Zahlung oder Versand; Flows nur mit Mail-Aktionen und einer Download-Freigabe	2026-10-17, 09:55Z	Messlauf lesend über die Admin-API des Shops	Muster-Integrations-Check, Abschnitt 3

4. Befunde nach Priorität

Jeder Punkt fasst offene Befunde der Grundlage zusammen; die Einstufung folgt dem höchsten Befund der Fachberichte darin, die Gewichtung des Quick Checks steht nur als Hinweis („dort …“). Entscheidungspunkte des Auftraggebers stehen in der Spalte „Bedeutung“.

Hoch

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■■■ H1	Mails des Shops an Empfänger außerhalb des Servers werden derzeit nicht zugestellt; in 7 Tagen wurden 5 Zustellversuche verschoben.	Systemcheck H1, Wartungsprotokoll H1; Abschnitt 3, Mail nach außen	Kundinnen und Kunden bekommen keine Bestellbestätigung und keine Bestätigungsmail für Newsletter und Konto; Formularanfragen erreichen Verona nicht. Entscheidungspunkt: Herstellen der Zustellung.
■■■ H2	Kein Lager- und kein Warenwirtschaftssystem ist angebunden; Bestand kommt nur über den Datenimport in den Shop, Bestellungen gehen an kein Lager.	Integrations-Check H1; Abschnitt 3, Angebundene Systeme	Der Shop verkauft nur, was sein Bestand zeigt (Abverkauf an allen 278 Verkaufsartikeln). Laufen Bestand und Lager auseinander, steht Ware als ausverkauft oder wird verkauft, was fehlt. Entscheidungspunkt: welches System Bestand, Preise und Bestellungen führt.

Mittel

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■■□ M1	Streichpreise ohne Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage, an den Archiv-Kacheln, auf der geprüften Archiv-Produktseite und im Text der Startseite; die Ersparnis steht als „(20.51% gespart)“ mit Dezimalpunkt.	Conversion-Audit M2; Abschnitt 3, Streichpreise	Die Preisangabenverordnung verlangt diese Angabe bei Preisermäßigungen gegenüber Verbrauchern; das Fehlen ist ein Abmahnrisiko (Hinweis, keine Rechtsberatung).

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■■□ M2	Die Zahlarten stehen erst im dritten Kassenschritt; Produktseite, Flyout, Warenkorb und Footer nennen sie nicht.	Conversion-Audit M1; Muster-Befund Quick Check, Zahlarten (dort mittel)	Wer Rechnung oder Vorkasse erwartet, sucht oder bricht ab, bevor er es erfährt.
■■□ M3	Rückgabe in 30 Tagen und die Versandgrenze von 150,00 € (Demo-Werte) stehen nicht an Produktseite, Warenkorb und Kasse; der Warenkorb zeigt nicht, was bis zur Grenze fehlt.	Conversion-Audit M3	Rückgabe und kostenfreier Versand sind im Modehandel wichtige Kaufargumente und wirken nur, wo sie gesehen werden.
■■□ M4	Die Größentabelle ist an der Größenwahl nicht verlinkt; mobil verlangt die Kaufleiste eine Größe, obwohl eine vorausgewählt ist.	Conversion-Audit M4	Größenzweifel führen zu Abbrüchen und Rücksendungen; mobil kostet jeder Kauf einen Tipp mehr.
■■□ M5	Die Startseite heißt „Home“ und hat keine Beschreibung; Landingpages haben kein Canonical und nennen in `og:url` die technische Adresse.	SEO M1, M2; Muster-Befund Quick Check, Seitentitel (dort mittel)	Der wichtigste Einstieg der Marke wirkt im Suchergebnis beliebig; Kampagnenseiten wie das Lookbook treten kaum hervor.
■■□ M6	Jede Variante ist eine eigene kanonische Seite: 306 Produktadressen für 30 Produkte.	SEO M3; Abschnitt 3, Index und Produktadressen	Signale verteilen sich auf fast gleiche Seiten. Entscheidungspunkt: welche Variante kanonisch ist und ob Farben eigene Seiten bleiben.
■■□ M7	Mobil kommen Bilder größer als angezeigt, obwohl kleinere Vorschaubilder vorhanden sind.	Performance M1; Abschnitt 3, Bildauslieferung mobil	Jeder erste Besuch lädt mobil mehr Bilddaten als nötig (163 KiB auf der Startseite), die Hauptbilder von Kategorie und Produktseite brauchen länger als nötig. Der LCP bleibt auf allen vier Seiten unter 2,5 s (M1).
■■□ M8	1 Patch-Update von Shopware ist offen, ohne Sicherheitsmeldung.	Systemcheck M1, Wartungsprotokoll M1; Abschnitt 3, Updates	Die Fehlerkorrekturen des Patches wirken noch nicht. Entscheidungspunkt: Wartungsfenster und Freigabe.
■■□ M9	Die Zahlung läuft ohne Zahlungsanbieter: Zahlungseingang bei Vorkasse und offene Rechnungen werden von Hand zugeordnet und überwacht.	Integrations-Check M1	Handarbeit je Bestellung. Entscheidungspunkt: Zahlarten und Zahlungsanbieter.
■■□ M10	Kein Artikel trägt EAN/GTIN oder Herstellernummer, Gewicht oder Maße.	Integrations-Check M2, M3; SEO N3	Feeds, Marktplätze, Versandetiketten und Produkt-Snippets brauchen diese Daten zuerst; die Werte liefert Verona.
■■□ M11	Der Wiederherstellungspunkt der Demo (vom 2026-10-16) ist älter als das aktive Release.	Wartungsprotokoll M2	Ein Reset brächte einen alten Stand von Theme und Plugins zurück.

Niedrig

Nr.	Befund	Beleg	Bedeutung
■□□ N1	Die Storefront sendet keine `Content-Security-Policy` und keine `Permissions-Policy`.	Systemcheck N4	Eingeschleuste Skripte blockiert der Browser nicht; die übrigen Sicherheitsheader sind gesetzt.
■□□ N2	Aufrufe der Prüfadresse von Shopware schreiben Routing-Fehler ins Log, 100 in 7 Tagen.	Systemcheck N1, Wartungsprotokoll N2	Fehler mit Wirkung gehen im Log unter.
■□□ N3	Ein Reset bei laufenden Hintergrundjobs oder mit Besuchern kann an einem doppelten Schlüssel scheitern (abgeleitet, nicht gemessen).	Wartungsprotokoll N3	Der Weg muss feststehen, bevor ein Reset im Betrieb nötig wird.
■□□ N4	Auf dem leeren Warenkorb ist der Text des Cookie-Banners das größte Element (mit echter Drosselung LCP 3,21 s); das erste Bild der Produktseite hat keinen Vorrang; die CSS-Datei blockiert das erste Rendern und enthält 71 bis 74 KiB ungenutztes CSS.	Performance N1 bis N3; Muster-Befund Quick Check, Gestaltungsdatei (dort mittel)	Einige hundert Millisekunden bis zum ersten Inhalt; der Warenkorb reißt den Grenzwert nur mit echter Drosselung und nur beim ersten Besuch ohne Einwilligung.
■□□ N5	Titel unter 30 Zeichen an Kategorien, Inhaltsseiten und 13 Produkten; Brotkrumen im Markup ohne Startseite; dem Produkt-Markup fehlen Farbe, Größe, Material und Produktgruppe; die Kategorietexte sind kurz.	SEO N1 bis N4	Platz im Suchergebnis und Angaben für Produkt-Snippets bleiben ungenutzt.
■□□ N6	Keine Kundenbewertungen; 120 gepflegte Querverkäufe werden nirgends gezeigt.	Conversion-Audit N1, N3; Muster-Befund Quick Check, Kundenbewertungen (dort niedrig)	Ein Vertrauensbeleg für eine junge Marke fehlt, und passende Teile heben den Warenkorbwert nicht.
■□□ N7	Kleinere Mängel im Kaufweg: Lieferzeitraum im Warenkorb nach Kalendertagen, kein Kontakt in der Kasse mobil, Umbenennung der Adressblöcke bei abweichender Rechnungsadresse, Schritt „Prüfen“ mobil breiter als der Bildschirm, Cookie-Banner mobil mit 46 % der Höhe, Kleinigkeiten in Form und Text.	Conversion-Audit N2, N4 bis N8	Einzeln gering, zusammen prägen sie den Eindruck von Sorgfalt; falsch adressierte Rechnungen oder Pakete sind möglich.
■□□ N8	Import/Export wird nicht genutzt, es gibt keinen Produktfeed, und die Lieferzeit steht nur an der Versandart.	Integrations-Check N1 bis N3	Für Preisvergleich, Shopping-Anzeigen und Marktplätze fehlt die Grundlage.

5. Maßnahmen

Ziele

Die Ziele leiten sich aus den Befunden ab. Das Kriterium in der zweiten Spalte ist eine Prüfung am Shop nach dem Messweg des Berichts, aus dem der Befund stammt, kein Zielwert für Umsatz oder Besucher.

Ziel	Woran es geprüft wird	Befunde
Z1 Jede Bestellung wird vollständig abgewickelt: Bestätigung und Pflichtangaben stimmen.	Eine Testbestellung erzeugt eine Bestätigungsmail, die bei einer externen Adresse ankommt; kein Streichpreis ohne 30-Tage-Angabe	H1, M1
Z2 Versand, Rückgabe, Zahlarten und Größe stehen dort, wo entschieden wird.	Produktseite, Warenkorb und Flyout nennen Rückgabe, Versandgrenze und Zahlarten; die Größentabelle ist an der Größenwahl erreichbar; Durchgänge mobil und Desktop wie im Conversion-Audit	M2, M3, M4, N6, N7
Z3 Der Shop lädt mobil schnell und nur, was er braucht.	LCP mobil am Median höchstens 2,5 s auf Start, Kategorie, Produktseite und Warenkorb, auch mit echter Drosselung (Grenzwert des Performance-Berichts); Bilder in der angezeigten Größe	M7, N4
Z4 Verona ist in Suchergebnissen und geteilten Links als Marke erkennbar.	Titel der geprüften Seiten mit 30 bis 60 Zeichen, Beschreibungen mit 70 bis 160 Zeichen, ein Canonical je Produkt, strukturierte Daten ohne Fehler (Sollwerte des SEO-Berichts)	M5, M6, N5
Z5 Der Betrieb läuft ohne Handarbeit.	Bestand, Bestellungen und Zahlungseingang ohne Abgleich von Hand; Updates im Wartungsfenster	H2, M8 bis M11, N1 bis N3, N8

Leitlinien

1. Erst, was Kauf, Recht und Betrieb betrifft (hoch und die rechtlich heiklen mittleren Punkte), dann Kaufsicherheit und Reichweite, zuletzt neue Systeme.
2. Quick Fixes aus den Einstiegsangeboten vor Folgeprojekten. Ein Folgeprojekt beginnt erst, wenn die Entscheidung gefallen ist, von der es abhängt.
3. Änderungen am Theme gebündelt in Release-Läufen, Änderungen am Server im Wartungsfenster; jeder Schritt endet mit der Prüfung aus der Spalte „Woran es geprüft wird“.
4. Entscheidungen, die nur Verona treffen kann, kommen in Horizont 1 auf den Tisch, auch wenn ihre Umsetzung später liegt. So wartet H2 zuerst auf die Entscheidung aus 1.4; bis die Anbindung in Horizont 3 steht, gleicht Schritt 2.1 den Bestand per Datei ab.

Horizont 1: Sichern (bis 2026-11-17)

Betrieb, Recht und die Entscheidungen des Auftraggebers. Die Schritte stammen aus Systemcheck, Wartungsprotokoll, Conversion-Audit und Integrations-Check; Schritt 1.4 bereitet auch SEO und die Folgeprojekte vor. Der Horizont endet mit dem Wartungstermin aus dem Wartungsprotokoll.

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Hinweis
1.1	Zustellung der Mails herstellen; danach eine Testbestellung mit Bestätigungsmail an eine externe Adresse durchspielen	H1	Entscheidung	Systemcheck Maßnahme 1, Wartungsprotokoll Maßnahme 1
1.2	Bei Streichpreisen den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage angeben und die Ersparnis deutsch formatieren	M1	Quick Fix	Conversion-Audit Maßnahme 2; Preisfeld je Produkt per Import, Anzeige im Theme; rechtlich prüfen lassen
1.3	Wartungsfenster: Patch-Update von Shopware mit Dump und Rauchtest, danach neuer Wiederherstellungspunkt	M8, M11	Wartung	Systemcheck Maßnahme 2, Wartungsprotokoll Maßnahmen 2 und 3
1.4	Drei Entscheidungen mit Verona: welches System Bestand, Preise und Bestellungen führt; welche Zahlarten mit welchem Anbieter; welche Variante je Produkt kanonisch ist und ob Farben eigene Seiten bleiben	H2, M6, M9	Entscheidung	Integrations-Check Maßnahme 1, SEO Maßnahme 3; Voraussetzung für 2.1, 2.5, 3.1 und 3.2
1.5	Wartungslauf am 2026-11-17 mit demselben Messlauf wie im Wartungsprotokoll	H1, M8, M11	Wartung	Wartungsprotokoll, Abschnitt 6

Horizont 2: Ausbauen (bis 2027-01-31)

Kaufsicherheit, Sichtbarkeit und Ladezeit, dazu der Bestandsabgleich per Datei (2.1). Die Schritte sind die übrigen Quick Fixes aus Conversion-Audit, SEO-Bericht, Performance-Bericht und Integrations-Check, dazu Schritte der Wartung.

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Hinweis
2.1	Bestand per Datei abgleichen, bis Lager oder Warenwirtschaft angebunden sind: Export aus dem führenden System nach der Entscheidung aus 1.4, Import mit dem Systemprofil `default_product`, fester Takt	H2, N8	Quick Fix	Einstufung dieser Roadmap: im Integrations-Check ein Hinweis zu Maßnahme 2 (Folgeprojekt) und N1; setzt 1.4 voraus
2.2	Zahlarten vor der Kasse zeigen; Rückgabe und Versandgrenze im Kaufbereich, „Noch x € bis zum kostenfreien Versand“ in Warenkorb und Flyout; Größentabelle an der Größenwahl, Kaufleiste mobil bei vorausgewählter Größe kaufbereit	M2, M3, M4	Quick Fix	Conversion-Audit Maßnahmen 1, 3 und 4; die Grenze kommt aus der Versandregel
2.3	Lieferzeitraum nach Werktagen, Kontakt in der Kasse auch mobil, abweichende Rechnungsadresse als eigener Block, kleinerer Cookie-Banner mobil, Breite des Schritts „Prüfen“, Kleinigkeiten in Form und Text	N7	Quick Fix	Conversion-Audit Maßnahmen 5 bis 8
2.4	Titel und Beschreibung der Startseite, Canonical und `og:url` der Landingpages, Titel und Beschreibung des Lookbooks, Titel auf 30 bis 60 Zeichen, Brotkrumen mit Startseite, Produkt-Markup mit Farbe, Größe, Material und Produktgruppe	M5, N5	Quick Fix	SEO Maßnahmen 1, 2, 4, 5 und 6; nur Kanal Mode

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Hinweis
2.5	Ein Canonical je Produkt nach der Entscheidung aus 1.4	M6	Quick Fix	SEO Maßnahme 3; die Sitemap folgt
2.6	`sizes` und Vorschaugrößen der Bilder an die angezeigte Breite anpassen, erstes Produktbild mit `fetchpriority="high"`, Cookie-Banner ohne Warten auf das Storefront-Skript	M7, N4	Quick Fix	Performance Maßnahmen 1 bis 3; Prüfung mit Lighthouse wie im Performance-Bericht
2.7	Eigenes Import-Profil für GTIN oder Herstellernummer, Gewicht und Maße; die Werte liefert Verona	M10	Quick Fix	Integrations-Check Maßnahme 4
2.8	Weg für einen Reset bei laufendem Betrieb festlegen; Aufrufer der Prüfadresse mit Routing-Fehler finden	N2, N3	Entscheidung und Wartung	Wartungsprotokoll Maßnahmen 5 und 6; Systemcheck Maßnahme 3

Horizont 3: Weiterentwickeln (ab Februar 2027)

Neue Systeme und Funktionen. Die Schritte sind Folgeprojekte der Hauptangebote Integration & Automation, Conversion-, Performance- und SEO-Optimierung sowie Shopware-Optimierung/Entwicklung.

Nr.	Maßnahme	zu Befund	Art	Hinweis
3.1	Lager oder Warenwirtschaft anbinden: Bestand in den Shop, Bestellungen aus dem Shop, über die Admin-API mit eigener Integration	H2, N8	Folgeprojekt	Integrations-Check Maßnahme 2; setzt 1.4 voraus; bis dahin Schritt 2.1
3.2	Zahlungseingang automatisch zuordnen: Zahlungsanbieter mit Statusmeldung an den Shop oder Abgleich der Kontoumsätze	M9	Folgeprojekt	Integrations-Check Maßnahme 3; setzt 1.4 voraus
3.3	Querverkäufe zeigen und Kundenbewertungen einführen, zuerst mit den Standardfunktionen von Shopware	N6	Folgeprojekt	Conversion-Audit Maßnahmen 9 und 10; Bewertungsmails setzen 1.1 voraus
3.4	Kritisches CSS inline, ungenutzte Bootstrap-Teile aus dem Theme-SCSS	N4	Folgeprojekt	Performance Maßnahme 4
3.5	`Content-Security-Policy` erst im Modus `Report-Only`, dann scharf; `Permissions-Policy`	N1	Folgeprojekt	Systemcheck Maßnahme 6; Zahlungsanbieter aus 3.2 in die Richtlinie aufnehmen
3.6	Strukturierte Daten als JSON-LD mit Produktgruppen, mit dem Update auf Shopware 6.8; Kategorietexte nach dem Contentplan	M6, N5	Folgeprojekt	SEO Maßnahmen 7 und 8
3.7	Produktfeed und Lieferzeit je Artikel, sobald Marktplatz oder Preisvergleich geplant sind	N8	Folgeprojekt	Integrations-Check Maßnahme 6; setzt 2.7 voraus

6. Nächster Schritt

- Einstieg: Schritt 1.1, Zustellung der Mails; parallel die Entscheidungen aus Schritt 1.4
- Danach: Wartungstermin am 2026-11-17 (Schritte 1.3 und 1.5)