

Weiterentwicklung der DXP-Basis

An alle DXP-Interessierten,

wie gewohnt, erhalten Sie in unseren Release Notes wichtige Informationen rund um die Weiterentwicklung der DXP-Basis.

Ihr DXP-Produktmanagement

(Sie haben Fragen oder Anregungen für unsere Arbeit, dann freuen wir uns auf einen gemeinsamen [> Austausch](#).)

Themen im Überblick

Theming

- ✓ Optimierte Button-Komponente für animierte Hero Cards

Content-Werkstatt

- ✓ Performance-Check für Animationen in Hero
- ✓ LCP-Optimierung für Hero Images und Animationen
- ✓ Redaktionelle Pflege: Aus Bild wird Media

Kundenportal

- ✓ Login-Status im Tracking sichtbar machen

Aus den Häusern

- ✓ Component-Theming für SAV-25 erweitert
- ✓ Doppelbranding im Header geprüft
- ✓ Banner um Linkfunktion erweitert

DXP-Formularbaukasten

- ✓ Konzeption – Ausfallsicherheit für Workflows
- ✓ Preview – Beratersuche in den Formularen bekommt Autosuggest
- ✓ Dynamisches Auswahlfeld bei mehreren Versicherungsnummern

Außendienst

- ✓ Google-Bewertungen auf AD-Seiten integrierbar

- ✓ Sprachen in Cards sichtbar machen
- ✓ Beratungstermin-Link kein Default mehr
- ✓ Mitarbeiterbilder einfacher pflegen

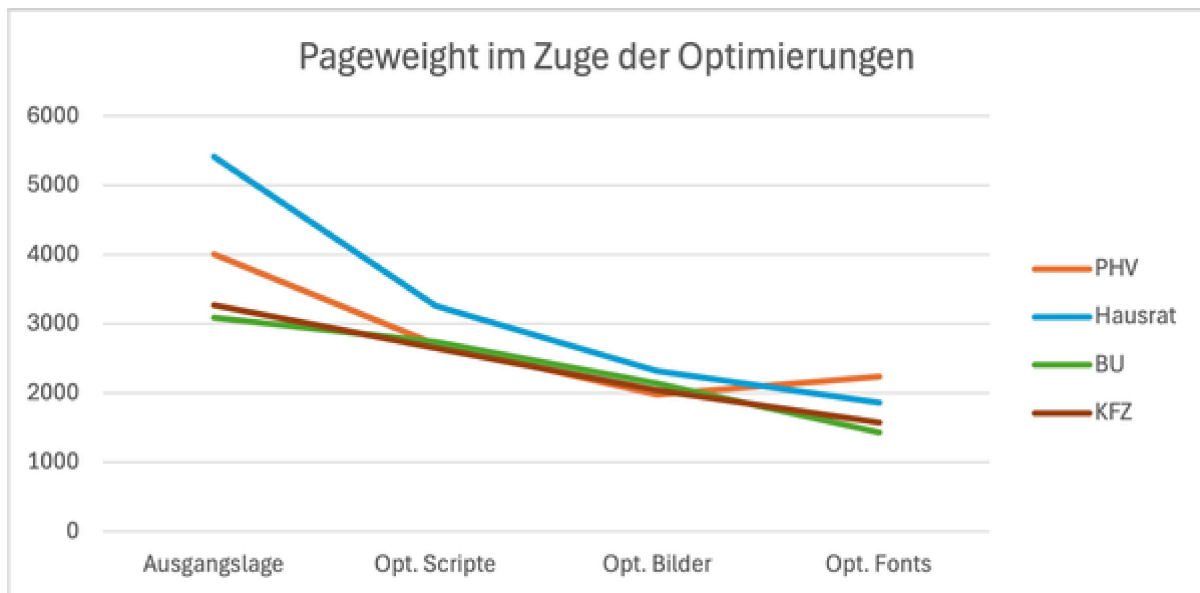
Bug Fix

- ✓ Konsistenter Arrow-Status im Kundenportal-Flyout

Performance-Update

Performance-Erfolge bei SV SparkassenVersicherung

Im Rahmen eines Performance Scans wurden zentrale Hebel für schnellere SV SparkassenVersicherung-Seiten identifiziert und umfangreiche Optimierungen umgesetzt. Durch Anpassungen bei Scripten, Bildern und Fonts konnte das Pageweight deutlich reduziert werden — besonders stark bei der Hausratseite mit rund 3,55 MB weniger. Je höher das Pageweight, desto mehr muss der Browser laden.



Die Ergebnisse zeigen: Dank gezielter Analyse und maßgeblichen Anpassungen durch die Anwendungsentwicklung lässt sich performance-technisch spürbar etwas herausholen.

Zusätzlich wurde mit *all.js* ein weiterer Optimierungshebel identifiziert: Die Datei lädt große Originaldateien nach, die künftig gezielt geprüft und reduziert werden können.

Die Seiten werden schlanker, schneller und stabiler — besonders auf mobilen Geräten oder bei schwächerer Internetverbindung.

Theming

Optimierte Button-Komponente für animierte Hero Cards

Im Sprint wurde der *Icon Button* um die neue Variante *Circle* erweitert und in Storybook dokumentiert. Für die Circle-Variante können Höhe und Breite künftig flexibler über Tokens gesteuert werden.

Damit lässt sich der Play/Pause-Button in der Hero-Bühne konsistenter einsetzen. Gleichzeitig wurden die Zentrierung von Icon und Content verbessert sowie BFSG-relevante Anforderungen wie Fokuszustand und Tastaturbedienbarkeit berücksichtigt.

Videos und Animationen im Hero lassen sich dadurch künftig flexibler, konsistenter und barriereärmer steuern. Mit diesem Sprint wurden die notwendigen Vorarbeiten abgeschlossen.

Content-Werkstatt

Performance-Check für Animationen in Hero

Wir haben geprüft, wie Videos und Animationen künftig performant in der Hero-Bühne eingebunden werden können. Ziel ist eine Architektur, die Bewegbilder dauerhaft ermöglicht, ohne Magnolia, Backups, Betrieb oder Ladezeiten unnötig zu belasten.

Dazu wurde geklärt, ob Videos direkt in Magnolia gespeichert werden dürfen oder ob eine externe Videoquelle wie Media-Server, S3/CDN oder YouTube sinnvoller ist. Auch Datenschutz, Consent und der Einsatz auf Basis-, AD- und Produktseiten werden bewertet.

Die geplante Lösung schafft eine belastbare Entscheidungsgrundlage für performante, datenschutzkonforme und zukunftssichere Animationen im Hero.

LCP-Optimierung für Hero Images und Animationen

Wir haben geprüft, ob das HTML-Attribut *fetchpriority="high"* beim Hero Image bzw. bei eingebundenen Animationen den LCP (Largest Contentful Paint) verbessern kann. Das Attribut gibt dem Browser einen Hinweis: „Diese Ressource ist besonders wichtig, bitte lade sie bevorzugt.“

Die Analyse zeigt: Eine deutliche Verbesserung war in den Messungen nicht erkennbar, da die LCP-Ressourcen bereits früh geladen werden.

Der größere Optimierungshebel liegt aktuell eher in der Renderverzögerung. Trotzdem kann *fetchpriority* als schlanke, zukunftsichere Maßnahme sinnvoll sein, da keine negativen Auswirkungen festgestellt wurden.

Die Analyse schafft Klarheit, wo echte LCP-Potenziale liegen — und hilft uns dabei, Hero Images und Animationen gezielter und performanter weiterzuentwickeln.

Redaktionelle Pflege: Aus *Bild* wird *Media*

Das Dialogfeld für die redaktionelle Pflege der Hero Card wurde angepasst. Da hier künftig neben Bildern, auch Videos und Animationen eingebunden werden können, wurde die Bezeichnung von *Bild* auf *Media* umgestellt. Auch das Feld *Bild Seitenverhältnis* wurde entsprechend in *Media Seitenverhältnis* umbenannt.

Kundenportal

Login-Status im Tracking sichtbar machen

Im letzten Sprint wurde die Erweiterung des User-Tracking-Service vorbereitet. Künftig soll der Login-Status bei jedem Seitenaufruf in den DataLayer übergeben werden — unterschieden nach *Full Login*, *Light Login* und *Logged out*.

Das Nutzer- und Nutzerinnenverhalten eingeloggter und nicht eingeloggter Besucher und Besucherinnen kann hierdurch künftig besser analysiert und zielgerichteter ausgewertet werden.

Aus den Häusern

Component-Theming für SAV-25 erweitert

Das DXP-Theming für den Mandanten SAARLAND Versicherungen (SAV-25) wurde weiter ausgeführt. Nach der erfolgreichen Umsetzung der Komponenten „A bis C“ standen nun die Komponenten „D bis Z“ im Fokus.

Dabei wird ausschließlich das neue SAV-25 DXP-Theme angepasst; das parallel bestehende SAV-Theme bleibt unverändert.

Doppelbranding im Header geprüft

Wir haben geprüft, wie auf AOK-Kooperationsseiten zwei Logos mit Zusatztext im Header dargestellt werden können. Dabei standen Layout, Lesbarkeit, Klickbarkeit, Barrierefreiheit und das Verhalten auf Desktop, Tablet und Mobile im Fokus.

Das Discovery-Ticket wurde geschlossen, da keine technische Umsetzung notwendig ist: Die Logos und der Zusatztext werden als ein gemeinsames Bild eingebunden. Der Button „AOK Mitglied werden“ wird separat in eine der nächsten Sprints betrachtet.

Banner um Linkfunktion erweitert

Die Erweiterung des Bühnen-Banners wurde in diesem Sprint vorbereitet. Künftig kann das Banner optional mit einem Textlink sowie Icons oder Grafiken ergänzt werden, um beispielsweise den schnellen Zugang zum Livechat auf AOK-Kooperationsseiten zu ermöglichen.

Text, Link und Icons sollen getrennt pflegbar sein; nur der Linktext inklusive rechtem Icon wird verlinkt. Die Erweiterung wird für Basis- und Produktseiten-Templates gelten und über passende Design Tokens gestaltet werden können.



Haben Sie Feedback oder Fragen?

Ihr Kontakt: Jörg Stahlmann, Product Owner

jstahlmann@oev.de

Konzeption – Ausfallsicherheit für Workflows

Steigerung der Resilienz bei der Formulardatenverarbeitung

Nach dem Versand durch die Nutzer und Nutzerinnen durchlaufen Formulardaten mehrere Schritte: Sie werden in die Backend-Systeme der Öffentlichen Versicherungsunternehmen übertragen, lösen E-Mail-Benachrichtigungen aus oder werden temporär im OEV Online-CRM gespeichert.

Wenn einer der beteiligten Services vorübergehend nicht verfügbar ist oder Verbindungsprobleme auftreten, können die Daten verloren gehen, und die Nutzer und Nutzerinnen erhalten eine Fehlermeldung – selbst wenn andere Schritte erfolgreich waren.

Um Datenverlust zu vermeiden und gleichzeitig die User-Experience zu verbessern, wird die Resilienz der Verarbeitung erhöht. Mögliche Maßnahmen umfassen:

- ✓ Definition von Prozessen für den Umgang mit Ausnahmefällen und unzustellbaren Daten
- ✓ Anbindung der datenverarbeitenden Services an Warteschlangen zur sicheren Verarbeitung
- ✓ Erarbeitung klarer Abläufe für den Umgang mit temporären Ausfällen

Wir sind in die Konzeption gestartet und werden in den kommenden Wochen von unserem Fortschritt berichten – es lohnt sich, dran zu bleiben!

Preview – Beratersuche in den Formularen bekommt Autosuggest

Mit diesem Sprint wurden die letzten technischen Vorbereitungen für die Fertigstellung der Beratersuche in der DXP umgesetzt.

Ein Schwerpunkt lag dabei auf der Integration der Autosuggest-Funktion in die Formulare der Beratersuche. Ziel ist es, die Suche für Nutzer und Nutzerinnen künftig noch komfortabler und effizienter zu gestalten.

Die Backend-Arbeiten für diese Erweiterung sind bereits abgeschlossen. Über die weiteren Fortschritte und die finale Bereitstellung informieren wir in den kommenden Release Notes.

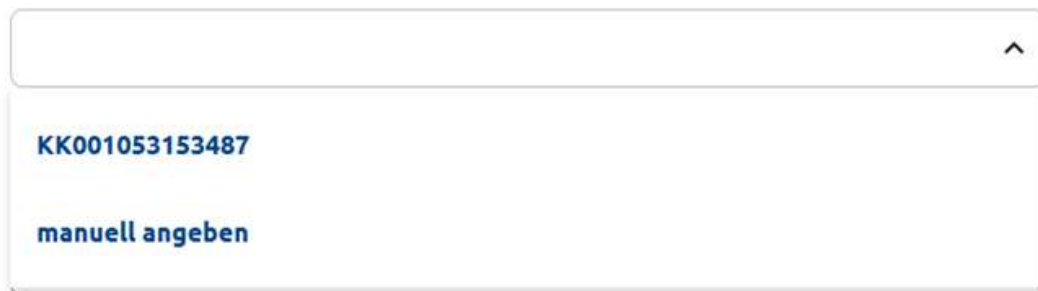
Dynamisches Auswahlfeld bei mehreren Versicherungsnummern

Im letzten Quartal haben wir über die Bereitstellung von Kunden- und Kundinnendaten über die Kundendaten-Schnittstelle berichtet, die die automatische Befüllung von Formularen aus den Kundenportalen ermöglicht. So erhalten Formulare direkten Zugriff auf die für die eingeloggten Nutzer und Nutzerinnen bereitgestellten Daten.

Da jedoch ein Nutzer oder eine Nutzerin mehrere Verträge und damit auch mehrere Versicherungsnummern im Kundenportal hinterlegt haben kann, war es erforderlich, eine flexible Lösung zu entwickeln, die die Auswahl zwischen diesen Nummern ermöglicht.

Dafür haben wir ein dynamisches Auswahlfeld eingeführt. Im eingeloggten Zustand zeigt es dem Nutzer oder der Nutzerin alle zugehörigen Versicherungsnummern an und lässt ihm oder ihr die Möglichkeit, die gewünschte Nummer auszuwählen.

Dynamische VSNR *



Haben Sie Feedback oder Fragen?

Ihr Kontakt: Artem Shapovalov, Product Owner

ashapovalov@oev.de

Außendienst

Google-Bewertungen auf AD-Seiten integrierbar

Im letzten Sprint wurde der Roll-out der neuen Komponente *Google Business Bewertung* vorbereitet. Damit können Google-Bewertungen künftig redaktionell auf Außendienst-Seiten eingebunden werden. Voraussetzung

ist, dass die jeweilige Google Location ID vorliegt und in Magnolia innerhalb der App AD-Niederlassungen manuell eingepflegt wurde.

Auf der Produktionsumgebung ist der Google-Business-Service seit dem 9. Juni verfügbar. Die Kundenbewertung wird anschließend automatisch in einem Turnus von 30 Tagen aktualisiert.

Google-Bewertungen können mit diesem Sprint auf Außendienst-Seiten über die Komponenten *AD-Hero Carousel* | *Standard Content* und *Google Business Bewertung* eingebunden werden — und stärken so Vertrauen, Orientierung und Abschlussbereitschaft der Nutzer und Nutzerinnen.

Sprachen in Cards sichtbar machen

Im aktuellen Sprint wurde die Darstellung gesprochener Sprachen im Frontend konzipiert. **Hinweis:** Ob diese Varianten alle oder in welchem Umfang in Magnolia bereitgestellt werden, ist derzeit offen.

Zusätzlich ist ein Mouseover geplant, über das die jeweilige Sprache angezeigt wird. In der *Advisor Card* (Ergebnis der Beratersuche) werden die Fremdsprachen im Aufklappbereich integriert.

Für die *Employee Card* (Karte zur Darstellung eines Mitarbeiters) und *Branch Card* (Karte zur Darstellung einer Niederlassung) ist die Umsetzung noch in Arbeit. Hier sollen die Sprach-Icons voraussichtlich direkt sichtbar eingebunden werden. Auch die Kontaktmöglichkeiten innerhalb der *Employee Card* werden aktuell weiterentwickelt.

Von Außendienst-Mitarbeitenden gesprochene Sprachen werden künftig schneller erfassbar und helfen Nutzern und Nutzerinnen, passende Beratende leichter zu finden.

Beratungstermin-Link kein Default mehr

Der Default in der App *AD Mitarbeiter* wurde angepasst. Bisher wurde automatisch der Link zur Vereinbarung eines Beratungstermins [der](#) Niederlassung für einen Mitarbeitenden angezeigt.

Künftig ist initial die Option „kein Beratungstermin-Link“ hinterlegt. Bei neuen Mitarbeitenden erscheint der Link also nur noch, wenn er redaktionell innerhalb der App *AD-Mitarbeiter* bewusst gepflegt wird.

Die Anzeige wird flexibler steuerbar und vermeidet automatisch ausgespielte Links, die nicht in jedem Fall gewünscht sind.

Mitarbeiterbilder einfacher pflegen

Die Bild-Referenzierung für Außendienst-Mitarbeitende haben wir erweitert. Mitarbeiterbilder können nun direkt in der *AD Mitarbeiter-App* gepflegt und ausgewählt werden — unabhängig von der bisherigen ID-basierten Namenskonvention im OEV-Portal.

Dadurch lassen sich Bilder künftig verständlicher benennen, zum Beispiel mit Vor- und Nachnamen. Für bestehende Mitarbeitende bleibt alles unverändert: Die bisherigen Bilder werden weiterhin korrekt ausgespielt.

Zusätzlich kann jetzt ein Fokuspunkt im referenzierten Mitarbeiterbild innerhalb der App *AD-Mitarbeiter* gesetzt werden, damit der relevante Bildausschnitt besser gesteuert werden kann.

Die Pflege von Mitarbeiterbildern wird so einfacher, flexibler und redaktionell besser steuerbar.



Haben Sie Feedback oder Fragen?

Ihr Kontakt: Sandra Bonkowski, Product Owner
sbonkowski@oev.de

Fix gefixed – Bug fixes im Überblick

Konsistenter Arrow-Status im Kundenportal-Flyout

Der Arrow-Status im Kundenportal-Flyout war beim Ausklappen, Schließen und Laden auf derselben Seite teilweise inkonsistent. Das Kundenportal-Flyout verhält sich nun richtig und bietet Nutzer und Nutzerinnen eine klarere Orientierung bei der Bedienung.

Sie haben unser letztes DXP-Update verpasst? Kein Problem!
Alle DXP-Updates finden Sie im OEV Experience Hub:

[> zum Archiv](#)

OEV Online Dienste GmbH
Hansaallee 183
40549 Düsseldorf
Handelsregister: HRB 41790
Registergericht: Düsseldorf

Vertreten durch:
Geschäftsführer Thomas Büttner

Kontakt
Telefon: 0211-45544300
Telefax: 0211-4554466
E-Mail: dxp@oev.de

Das DXP Update ist auch interessant für Ihre Kolleg*innen?
Dann dürfen diese Informationen gerne weitergeleitet werden.
Neuanmeldungen können [hier](#) vorgenommen werden.

Es besteht kein Interesse mehr?
[Jetzt vom DXP Update abmelden.](#)

[Personenbezogenes Tracking deaktivieren](#)