FINN.ghost für Shopware6

FINN.ghost verbindet die SelectLine mit einem Shopware-6-Shop: Stammdaten in den Shop, Bestellungen als Beleg zurück. Benutzerhandbuch zu Einrichtung, Artikelpflege, Bestellabwicklung und laufendem Betrieb.

- Überblick
- Einrichtung
  - Shopdaten
  - Verkaufskanal
  - Zahlungs- und Versandarten
  - Weitere Sprachen
  - Erstinbetriebnahme
- Artikel
  - Artikel im Shop veröffentlichen
  - Bezeichnungen, Texte und Bilder
  - Preise
  - Bestand und Verfügbarkeit
  - Kategorien
  - Varianten
  - Eigenschaften und Filter
  - Zubehör und Alternativartikel
  - Weitere Felder aus SelectLine
- Kunden und Bestellungen
  - Kunden

    - Bestellungen
    - Versand und Rechnung zurückmelden
    - Gutscheine

- Laufender Betrieb
    - Zeitplan der Übertragungen
    - Wenn etwas nicht im Shop ankommt
    - Häufige Fragen

Überblick

FINN.ghost verbindet die SelectLine mit einem Shopware-6-Shop. Die Stammdaten bleiben in der SelectLine, der Shop wird daraus versorgt. Bestellungen laufen den umgekehrten Weg und werden als Beleg in der SelectLine angelegt.

Man pflegt also weiter dort, wo man es gewohnt ist: in der Artikelmaske, im Kundenstamm, in der Belegkette. Im Shopware-Backend muss nichts nachgetragen werden.

Was das Modul kann

- **Bestellungen importieren** — als Beleg in der SelectLine; Status und Sendungsverfolgung gehen zurück in den Shop.
- **Artikeldaten exportieren** — Texte, Bilder, Varianten und Sachmerkmale als Eigenschaften.
- **Bestände und Preise abgleichen** — im eingestellten Takt, und nur was sich geändert hat.
- **Kunden abgleichen** — Anlage und Aktualisierung in beide Richtungen.

Wofür es typischerweise eingesetzt wird

Fall	Was das Modul dabei leistet
B2B und B2C	reine B2B-Shops oder ein Endkundenshop mit B2B-Funktionen — Kundenpreise, Staffeln und Rabatte kommen aus der SelectLine
Mehrere Verkaufskanäle	beliebig viele Shopware-Verkaufskanäle aus einem Mandanten bespielen, je Kanal mit eigenen Einstellungen
Länder-Shops	mehrsprachiger Betrieb mit Fremdwährungen aus einer Datenbasis

Datenfluss zwischen SelectLine und Shopware 6

Die Stammdaten bleiben in der SelectLine. Der Shop wird daraus versorgt.



Jede Zeile ist eine eigene Aufgabe der Zeitsteuerung. Gutscheine sind der einzige Bereich, der in beide Richtungen abgeglichen wird.

Was in welche Richtung übertragen wird

Aus der SelectLine in den Shop	Aus dem Shop in die SelectLine
Artikel mit Texten und Bildern	Bestellungen als Beleg
Preise, Staffel- und Aktionspreise	Neue Kunden aus Bestellungen
Bestände und Verfügbarkeit	Eingelöste Gutscheine
Artikelgruppen als Kategorien	
Merkmale und Sachmerkmale	
Hersteller	
Kunden	
Versandmeldung und Rechnung	

Gutscheine sind der einzige Bereich, der in **beide** Richtungen abgeglichen wird — ein Guthaben kann sowohl im Laden als auch im Shop verbraucht werden.

Wie die Übertragung ausgelöst wird

Es gibt keinen Knopf „jetzt alles übertragen", den man täglich drücken müsste. Die Übertragung läuft nach einem Zeitplan, der pro Aufgabe eingestellt wird — Bestände zum Beispiel häufiger als Artikeltexte.

Wer eine Änderung sofort im Shop sehen will, kann die passende Aufgabe unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung** von Hand starten.

> Die Aufgaben laufen nacheinander, nicht gleichzeitig. Solange ein großer Lauf arbeitet, warten die anderen. Umfangreiche Vollübertragungen gehören deshalb in die Nacht.
>
> Näheres unter Zeitplan der Übertragungen.

Was ein Artikel braucht, um im Shop zu erscheinen

Die kürzeste Antwort auf die häufigste Frage: Ein Artikel geht nur in den Shop, wenn in der Artikelmaske das dafür vereinbarte **Kennzeichen für den Shop** gesetzt ist. Ohne dieses Kennzeichen wird der Artikel übersprungen — unabhängig davon, wie vollständig er sonst gepflegt ist.

Welches Feld das ist, wird bei der Einrichtung festgelegt, siehe Verkaufskanal. Die vollständige Liste der Voraussetzungen steht unter Artikel im Shop veröffentlichen.

Aufbau dieses Handbuchs

Kapitel	Inhalt
Einrichtung	Zugang zum Shop, Verkaufskanal, Zuordnungen, Erstinbetriebnahme
Artikel	Freigabe, Texte, Bilder, Preise, Bestand, Kategorien, Varianten

Kapitel	Inhalt
Kunden und Bestellungen	Kundendaten, Bestellabwicklung, Rückmeldungen, Gutscheine
Laufender Betrieb	Zeitplan, Fehlersuche, häufige Fragen

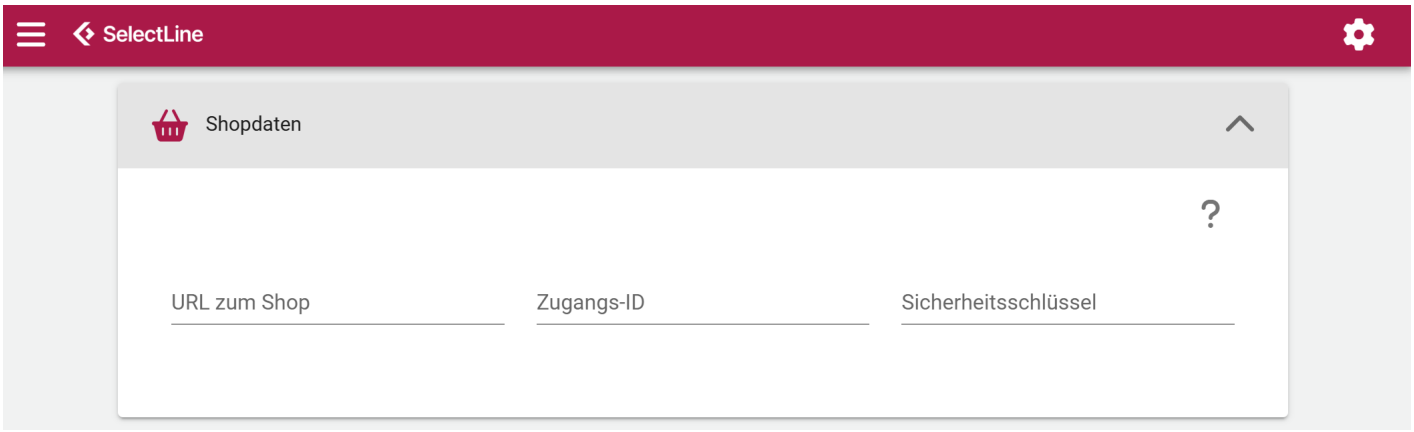
Wer die Schnittstelle neu einrichtet, arbeitet das Kapitel *Einrichtung* von vorne nach hinten durch und folgt dann der Erstinbetriebnahme.

Einrichtung

Verbindung zum Shop, Verkaufskanal, Zuordnungen und die Reihenfolge bei der Erstinbetriebnahme.

Shopdaten

Unter **Shopware 6 → Einstellungen → Shopdaten** wird der Zugang zum Shop hinterlegt. Ohne diese Angaben bleiben alle weiteren Auswahllisten in den Einstellungen leer, weil sie ihre Inhalte direkt aus dem Shop laden.



Zugangsdaten

URL zum Shop

Die Adresse des Shops einschließlich `https://` **und mit Schrägstrich am Ende**.

> Der Schrägstrich am Ende ist Pflicht. Fehlt er, entstehen unbrauchbare Adressen und die Verbindung schlägt fehl, obwohl Zugangs-ID und Schlüssel korrekt sind.

Zugangs-ID und Sicherheitsschlüssel

Beide Werte stammen aus einer Shopware-Integration. Im Shopware-Backend unter **Einstellungen → System → Integrationen** eine neue Integration anlegen; Shopware zeigt daraufhin die Zugangs-ID und den Sicherheitsschlüssel an.

> Der Sicherheitsschlüssel wird nur einmal angezeigt. Wer ihn nicht notiert hat, erzeugt eine neue Integration.

Die Integration braucht Schreibrechte auf Produkte, Preise, Medien, Kategorien, Eigenschaften, Hersteller, Zusatzfelder, Kunden, Bestellungen, Regeln, Steuern und Maßeinheiten. Im Zweifel bekommt die Integration die Administratorrolle.

Verbindung prüfen

Die Verbindung ist in Ordnung, wenn sich die Auswahllisten in den Einstellungen füllen — etwa die Verkaufskanäle, die Zahlungsarten oder die Lieferzeiten. Bleiben sie leer, stimmt etwas an der URL oder an den Zugangsdaten nicht. Die konkrete Meldung steht im Protokoll unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung**.

Weitere Einstellungen

Indizierung in Shopware

Nach jedem Schreibzugriff kann Shopware seinen Index neu berechnen. Dabei erneuert es auch den Cache des Shops — und daran hängt, wie schnell eine Änderung aus der SelectLine im Frontend zu sehen ist. Das Feld **Indizierung in Shopware** kennt drei Einstellungen:

Einstellung	Wirkung
Aussetzen	Shopware indiziert nicht mit. Schnellste Übertragung — aber der Shop erneuert seinen Cache nicht.
Über die Warteschlange	Shopware nimmt die Indizierung in seine Warteschlange auf und arbeitet sie kurz darauf ab. Die Übertragung bleibt schnell, Index und Cache ziehen von selbst nach.
Sofort	Shopware indiziert bei jedem Schreibzugriff unmittelbar mit. Änderungen sind sofort sichtbar, große Läufe dauern deutlich länger.

Voreingestellt ist **Aussetzen** — die schnellste, aber nicht die naheliegendste Einstellung.

> Mit *Aussetzen* stehen geänderte Bestände und Preise im Shopware-Backend zwar korrekt, im Frontend liefert der Shop aber weiter die alte Seite — bis der Cache von Hand geleert wird. Auch Suche und Listen hinken dann hinterher.

> Eine Ausnahme macht die Schnittstelle bei *Aussetzen* von sich aus: Hat sich an einem Artikel ein Bild geändert, lässt sie Shopware diesen Artikel sofort indizieren. Ohne Index zeigt der Shop für solche Artikel sonst Platzhalter statt der neuen Bilder.

>

> Für die meisten Shops ist*Über die Warteschlange* die richtige Wahl: zügige Übertragung und ein Frontend, das ohne Zutun nachzieht.

> *Über die Warteschlange* setzt voraus, dass im Shop ein Dienst läuft, der die Warteschlange abarbeitet (`messenger:consume`). Ist stattdessen nur der Admin-Worker eingerichtet, arbeitet Shopware sie lediglich ab, solange jemand im Shopware-Backend angemeldet ist.

Ältere Shopware-Version

Preisregeln mit einem Gültigkeitszeitraum — Aktionspreise, Kundenpreise und Preisgruppenpreise — bekommen Beginn und Ende je nach Shopware-Version in einem anderen Format. Ab Shopware 6.7.6 ist es ein reines Datum, also von 00:00:00 bis 23:59:59 und ohne Zeitzone. Ältere Versionen erwarten einen vollständigen Zeitstempel samt Zeitzone. Das jeweils falsche Format lehnt Shopware mit *This value is not a valid datetime.* ab. Die Schnittstelle fragt die Version vor jedem Artikelexport beim Shop ab und wählt das Format selbst, auch nach einem Shopware-Update.

> Nur wenn der Shop seine Version nicht meldet, entscheidet der Schalter `oldSWVersion`: an für Shopware bis 6.7.5, aus ab 6.7.6. Er hat kein Feld in der Maske und wird in der `config.json` im Abschnitt `sw6` gesetzt. Das Systemhandbuch führt ihn unter *Einstellungen ohne Maske → Shopware 6*.

Medienordner im Shop

Die Schnittstelle legt Artikelbilder im Shopware-Medienordner **Product Media** ab, Herstellerbilder in **Product Manufacturer Media**.

> Fehlt der Ordner **Product Media** oder wurde er umbenannt, bricht die gesamte Artikelübertragung ab. In deutschsprachig eingerichteten Shops heißt der Ordner gelegentlich anders — dann muss er umbenannt oder zusätzlich angelegt werden.

Nächster Schritt

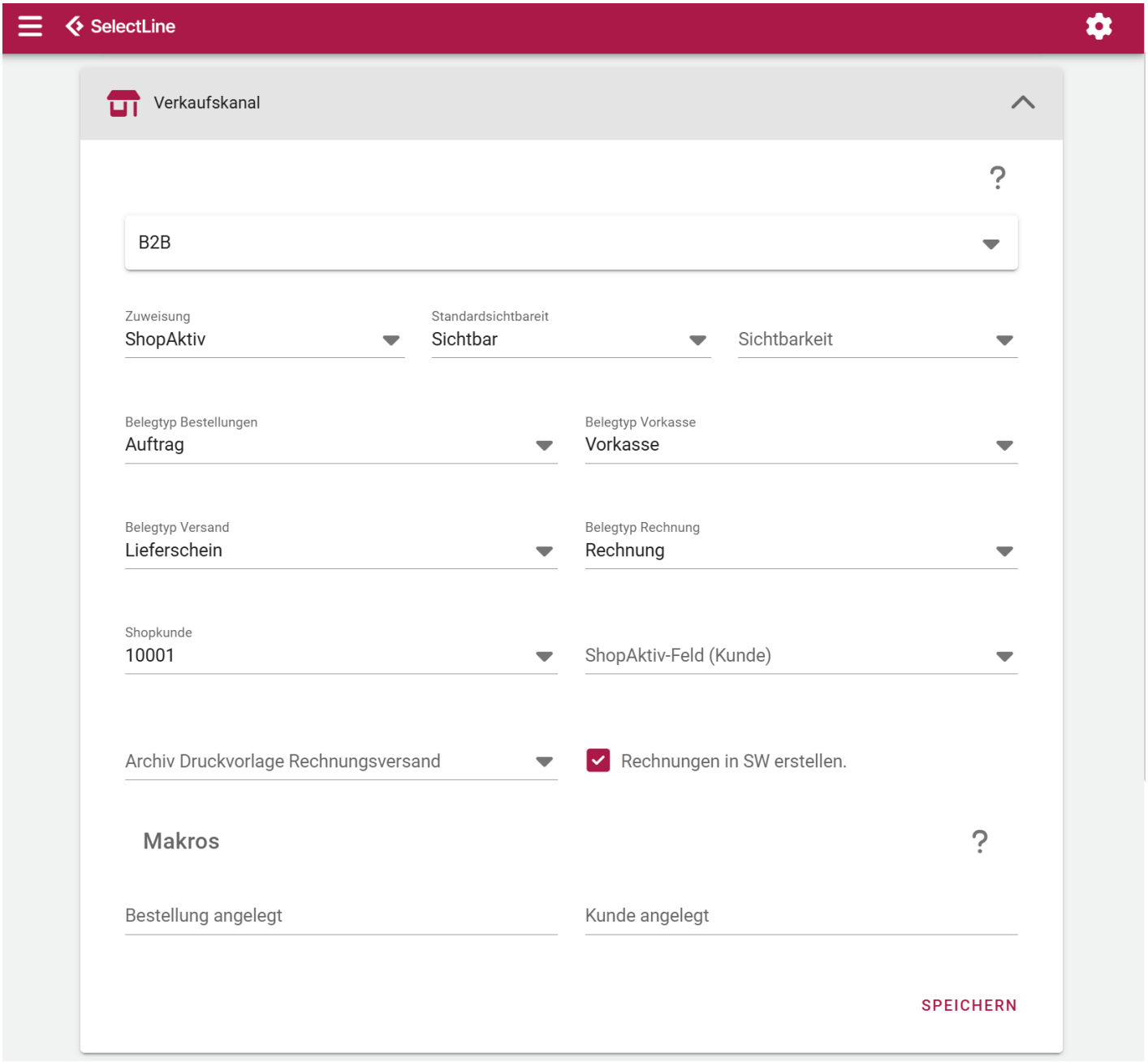
Verkaufskanal einrichten

Einrichtung

Verkaufskanal

Ein Shopware-Shop kann mehrere Verkaufskanäle haben, zum Beispiel einen für Endkunden und einen für Händler. FINN.ghost kann mehrere davon gleichzeitig versorgen. Alles, was sich von Kanal zu Kanal unterscheiden kann, wird deshalb **pro Verkaufskanal** eingestellt.

Der Bereich liegt unter **Shopware 6 → Einstellungen → Verkaufskanäle**. Oben wählt man den Kanal aus, darunter erscheinen dessen Einstellungen.



Artikelfreigabe

Zuweisung

Das wichtigste Feld der ganzen Einrichtung. Hier wird ein Kennzeichen aus der Artikelmaske ausgewählt, das bestimmt, ob ein Artikel in diesem Verkaufskanal angeboten wird. In der Praxis ist das ein Extrafeld vom Typ Kennzeichen in der Tabelle ART, etwa `ShopAktiv`.

Nur Artikel mit gesetztem Kennzeichen werden übertragen. Das Feld steuert außerdem, welche Artikelgruppen als Kategorien angelegt werden und welche Zubehör- und Alternativartikel als Cross-Selling erscheinen.

> Ist bei keinem Verkaufskanal eine Zuweisung eingetragen, brechen Artikel-, Bestands- und Kategorieübertragung sofort ab. Das ist die häufigste Ursache dafür, dass „überhaupt nichts läuft".

Standardsichtbarkeit

Legt fest, wo ein freigegebener Artikel im Shop auftaucht:

Sichtbarkeit	Bedeutung
Überall	in Listen, in der Suche und über den direkten Link erreichbar
Suche	nur über die Suche und den direkten Link
Link	nur über den direkten Link

Voreingestellt ist **Überall**.

Sichtbarkeit

Soll die Sichtbarkeit je Artikel abweichen können, wird hier ein Extrafeld aus der Artikelmaske ausgewählt, das den gewünschten Wert enthält.

> Das Feld muss genau einen der drei zulässigen Werte enthalten. Ist es leer oder enthält es etwas anderes, gilt die Standardsichtbarkeit.

Belegtypen

Diese vier Einstellungen verbinden den Shop mit der SelectLine-Belegkette. Zur Auswahl stehen jeweils alle Verkaufsbelege der SelectLine.

Belegtyp Bestellungen

In diesen Belegtyp wird der Warenkorb aus dem Shop übertragen.

Belegtyp Vorkasse

Bestellungen mit einer Vorkasse-Zahlungsart landen stattdessen in diesem Belegtyp. Welche Zahlungsarten als Vorkasse gelten, wird unter Zahlungs- und Versandarten festgelegt.

Belegtyp Versand

Erreicht ein Beleg diesen Belegtyp in der Belegkette — üblicherweise der Lieferschein —, meldet die Schnittstelle die Bestellung im Shop als versendet und überträgt die Paketnummern aus der Paketverwaltung.

Belegtyp Rechnung

Erreicht ein Beleg diesen Belegtyp, wird die Bestellung im Shop abgeschlossen.

Kunden

Shopkunde

Ein bestehender SelectLine-Kunde, der als **Vorlage** für neu angelegte Shop-Kunden dient. Legt der Shop eine Bestellung eines unbekannten Kunden vor, übernimmt FINN.ghost die Vorbelegungen dieses Musterkunden — Preisgruppe, Kontengruppe, Zahlungsbedingung und ähnliches — und füllt die Adressdaten aus der Bestellung.

Es lohnt sich, hier einen sauber gepflegten Musterkunden zu hinterlegen. Alles, was dort steht, erbt später jeder Shop-Kunde.

> Ohne Shopkunden werden Bestellungen dieses Verkaufskanals nicht importiert. Im Protokoll erscheint dann ein Hinweis, dass der Shopkunde nicht definiert ist.

Der Shopkunde wird außerdem direkt als Bestellkunde verwendet, wenn gar kein Kundenkonto angelegt werden soll — siehe Kunden.

ShopAktiv-Feld (Kunde)

Das Gegenstück zur Zuweisung, nur für Kunden: Ein Kennzeichen im Kundenstamm, das bestimmt, ob der Kunde in diesen Verkaufskanal übertragen wird.

Kunden an Verkaufskanal binden

Ist der Haken gesetzt, bindet FINN.ghost jeden Kunden, den es in diesen Kanal überträgt, fest an den Verkaufskanal (in Shopware die **Verkaufskanalbindung** am Kunden). Der Kunde kann sich dann **nur noch in diesem Kanal** anmelden.

Voreingestellt ist der Haken gesetzt. Wird er entfernt, lässt die Schnittstelle die Verkaufskanalbindung unangetastet: Was im Shop eingetragen ist — oder eben keine Bindung —, bleibt auch nach weiteren Übertragungen erhalten. Eine bereits gesetzte Bindung löst sie dabei nicht; das geschieht im Shop.

> Ein gebundener Kunde, der sich in einem anderen Kanal anmelden will, scheitert und registriert sich dort meist neu. Shopware lässt das zu, weil die E-Mail-Adresse nur innerhalb eines Kanals eindeutig sein muss. So entstehen doppelte Kundenkonten mit derselben E-Mail-Adresse. Sollen sich Kunden in mehreren Kanälen anmelden können, den Haken entfernen.

Rechnungen

Für den Rechnungsversand im Shop gibt es zwei Wege, die sich gegenseitig ausschließen.

Archiv Druckvorlage Rechnungsversand

Wird hier eine Druckvorlage ausgewählt, lädt FINN.ghost das archivierte PDF aus der SelectLine in den Shop. Der Kunde findet in seinem Konto damit **genau das Dokument aus der SelectLine** — gleiche Nummer, gleiches Layout.

>

> Dafür muss der FINN.ghost-Dienst den Archivpfad lesen können. Liegt das Archiv auf einem Netzlaufwerk, darf der Dienst nicht unter dem lokalen Systemkonto laufen.

Rechnungen in SW erstellen

Alternativ erzeugt Shopware die Rechnung selbst und übernimmt lediglich die Belegnummer aus der SelectLine. Diese Option ist gesperrt, sobald eine Archiv-Druckvorlage ausgewählt ist.

Makros

Zwei Stellen, an denen ein SelectLine-Makro angestoßen werden kann.

Bestellung angelegt

Läuft, nachdem der Beleg vollständig aufgebaut ist. Der übliche Platz für alles, was mit einem fertigen Shop-Beleg passieren soll — Kommission anstoßen, Felder füllen, Beleg drucken. Übergeben werden Belegtyp und Belegnummer.

> Läuft das Makro auf einen Fehler, wird der gerade angelegte Beleg wieder gelöscht. Die Bestellung gilt im Shop aber bereits als in Bearbeitung und wird nicht erneut abgeholt — sie muss dann von Hand nachgetragen werden. Makros an dieser Stelle sollten ihre Fehler daher selbst abfangen.

Kunde angelegt

Läuft, nachdem ein neuer Kunde aus einer Bestellung entstanden ist. Übergeben wird die Kundennummer. Bei reinen Aktualisierungen bestehender Kunden läuft kein Makro.

Mehrere Verkaufskanäle

Wird ein zweiter Kanal eingerichtet, bekommt er sein eigenes Freigabekennzeichen, seine eigenen Belegtypen und seinen eigenen Shopkunden. Ein Artikel kann in beiden Kanälen erscheinen, wenn beide Kennzeichen gesetzt sind.

Bei Kunden ist das anders: Ein Kunde wird dem **ersten** Kanal zugeordnet, dessen Kundenkennzeichen gesetzt ist, und standardmäßig fest an ihn gebunden. Soll er sich in allen

Kanälen anmelden können, wird dort der Haken **Kunden an Verkaufskanal binden** entfernt.

Gelöschter oder neu angelegter Kanal

Wird ein eingerichteter Verkaufskanal in Shopware gelöscht oder neu angelegt, bleiben seine Einstellungen in FINN.ghost unter der alten Kennung stehen. Oberhalb der Kanalauswahl steht dann ein Hinweis *Den Verkaufskanal … gibt es im Shop nicht mehr* mit seinen bisherigen Werten — Zuweisung, Sichtbarkeit, Belegtypen, Shopkunde und Makros. Der Abschnitt trägt dazu ein Warnzeichen.

So wird der Kanal umgezogen:

1. Den neuen Kanal in der Auswahl wählen und mit den bisherigen Werten einrichten.
2. Den alten Eintrag mit **Entfernen** löschen.
3. Einmal alle Artikel exportieren — erst dann sind sie im neuen Kanal sichtbar.

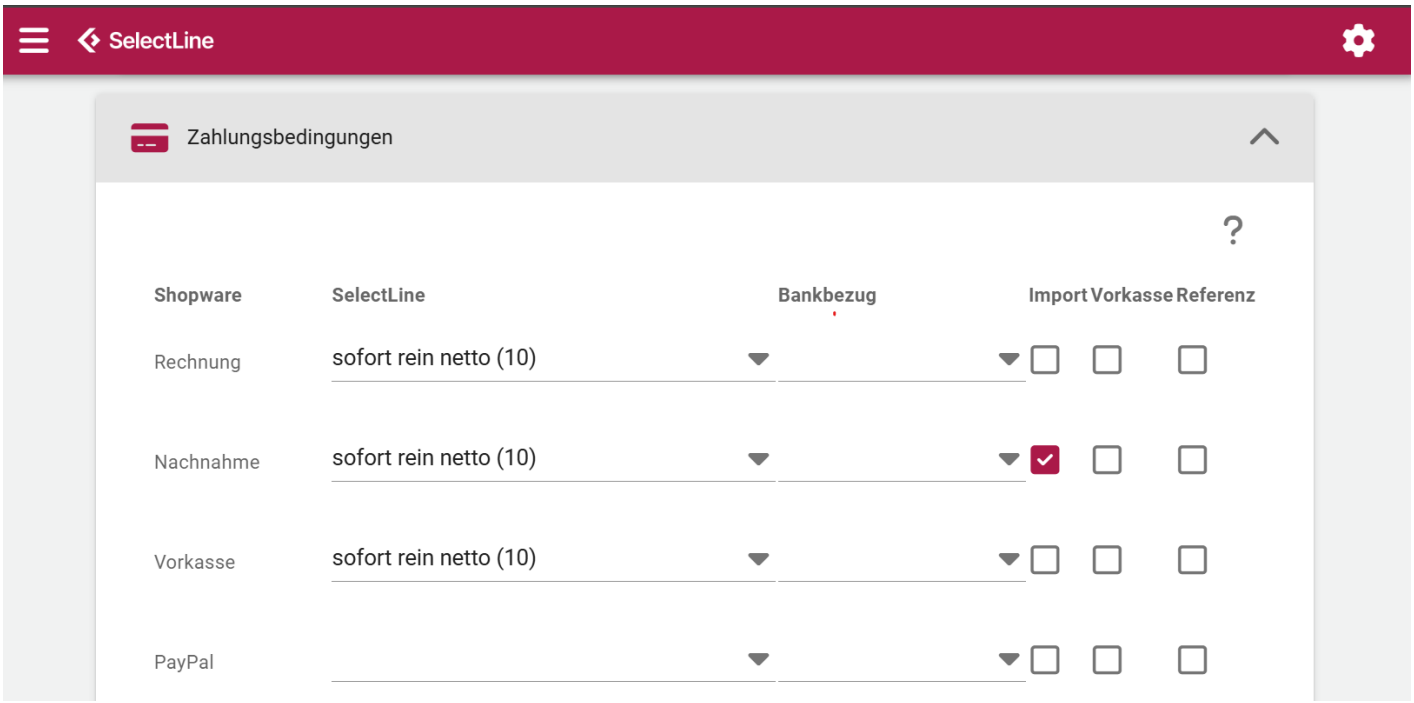
> Bis dahin überträgt der Artikelexport die Artikel ohne Sichtbarkeit im fehlenden Kanal und nennt im Protokoll, was zu tun ist. Fehlen alle eingerichteten Kanäle, bricht er ab und setzt beim nächsten Lauf fort.

Nächster Schritt

Zahlungs- und Versandarten zuordnen

Zahlungs- und Versandarten

Damit eine Bestellung als Beleg entstehen kann, muss FINN.ghost wissen, welche Zahlungsbedingung und welche Lieferbedingung der SelectLine zu einer Zahlungsart und Versandart im Shop gehört. Beide Bereiche listen dazu die im Shop eingerichteten Möglichkeiten auf und stellen jeder Zeile die SelectLine-Auswahl gegenüber.



Zahlungsbedingungen

Zu jeder Shopware-Zahlungsart gibt es fünf Spalten.

SelectLine

Die Zahlungsbedingung, die in den Beleg geschrieben wird.

Bankbezug

Die Kasse oder Bank, die als Bankbezug im Beleg gesetzt wird. Erleichtert später den Zahlungsabgleich in der Buchhaltung.

Import

Normalerweise werden nur Bestellungen übernommen, deren Zahlung im Shop bestätigt ist. Zahlungsarten wie **Rechnung** oder **Nachnahme** erreichen diesen Zustand nie — für sie wird dieser Haken gesetzt, damit die Bestellung trotzdem importiert wird.

> Ohne diesen Haken bleiben Rechnungs- und Nachnahmebestellungen unbemerkt im Shop liegen. Nach dem Einrichten neuer Zahlungsarten im Shop sollte man diese Spalte deshalb immer prüfen.

Vorkasse

Bestellungen dieser Zahlungsart gehen in den Belegtyp Vorkasse statt in den Bestell-Belegtyp. Sobald die Zahlung in der SelectLine als eingegangen verbucht ist, meldet FINN.ghost die Bestellung im Shop als bezahlt.

> Eine Vorkasse-Bestellung, die vollständig mit einem Gutschein bezahlt wurde und damit einen Gesamtbetrag von 0,00 hat, wandert automatisch in den normalen Bestell-Belegtyp.

Referenz

Ist dieser Haken gesetzt, wird eine Bestellung **nicht** importiert, wenn sich keine Zahlungsreferenz des Zahlungsdienstleisters ermitteln lässt. Sinnvoll dort, wo die Referenz für den Zahlungsabgleich zwingend gebraucht wird.

> Bleibt die Referenz dauerhaft aus, wiederholt sich der Fehler bei jedem Lauf und die Bestellung kommt nicht in die SelectLine. Den Haken deshalb nur bei Zahlungsarten setzen, die verlässlich eine Referenz liefern.

Erkannt werden die Referenzen der üblichen Zahlungsdienstleister — unter anderem Mollie, PayPal, Klarna, Adyen und Stripe. Bei PayPal Rechnungskauf werden zusätzlich die Bankdaten für die Überweisung in den Kopftext des Belegs geschrieben, sodass sie auf dem SelectLine-Dokument erscheinen.

Lieferbedingungen

Hier wird jeder Versandart des Shops eine Lieferbedingung der SelectLine zugeordnet. Diese Zuordnung wird an zwei Stellen verwendet: im Beleg und beim Anlegen neuer Kunden.

> Diese Zuordnung ist Pflicht. Ist sie nicht gepflegt, wird gar keine Bestellung importiert.

Versand- und Rabattartikel

Nicht jede Position einer Bestellung entspricht einem Artikel aus der SelectLine. Versandkosten, Rabatte und Gutscheine brauchen deshalb Platzhalterartikel, die unter **Shopware 6 → Einstellungen → Zuordnung** hinterlegt werden.

Versandartikel

Auf diesen Artikel werden die Versandkosten gebucht.

Versandartikel (ermäßigt)

Wird verwendet, wenn der überwiegende Warenwert der Bestellung dem ermäßigten Steuersatz unterliegt. Bleibt das Feld leer, gilt in beiden Fällen der normale Versandartikel.

Promotion Artikel

Auf diesen Artikel werden Rabatte und Promotion-Positionen aus dem Shop gebucht.

> Ist kein Promotion-Artikel hinterlegt, werden Rabattpositionen stillschweigend übersprungen — der Beleg in der SelectLine ist dann teurer als die Bestellung im Shop. Das ist die häufigste Ursache für Betragsabweichungen zwischen Shop und SelectLine.

Gutschein Artikel

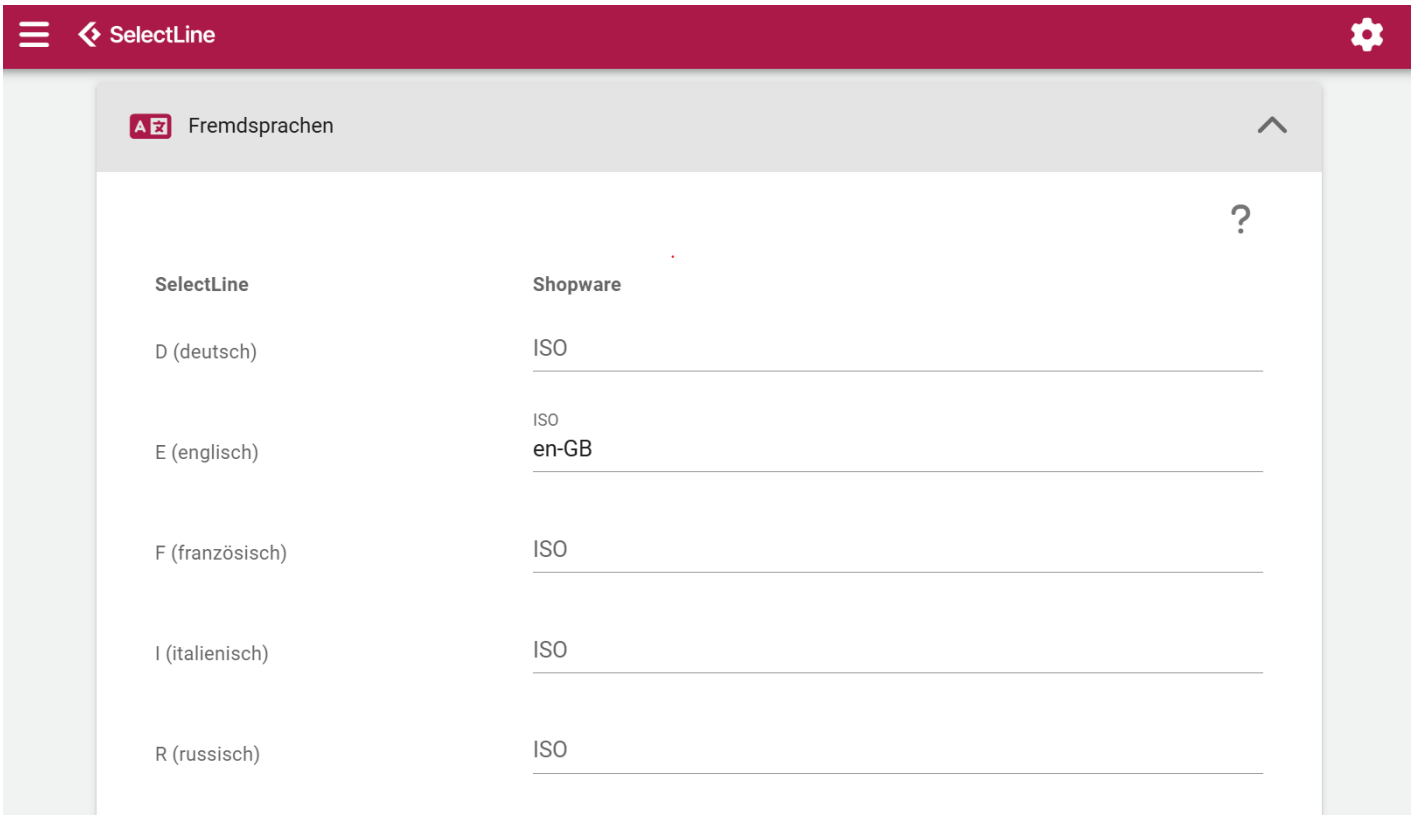
Über diesen Artikel werden Gutscheine verbucht. Näheres unter Gutscheine.

Nächster Schritt

Weitere Sprachen

Weitere Sprachen

Betreibt der Shop mehr als eine Sprache, überträgt FINN.ghost die Fremdbezeichnungen aus der SelectLine mit. Dazu muss unter **Shopware 6 → Einstellungen → Fremdsprachen** festgelegt werden, welche SelectLine-Sprache zu welcher Shop-Sprache gehört.



Die Sprachkennung links ist die, die in der SelectLine an den Fremdbezeichnungen hängt. Rechts stehen die im Shop eingerichteten Sprachen.

Was übersetzt wird

Objekt	Quelle in der SelectLine	Im Shop
Artikel	Fremdbezeichnungen zum Artikel	Bezeichnung, Beschreibung, Bestelltext
Artikel (SEO)	Extrafelder je Sprache	Seitentitel, Meta-Beschreibung, Suchbegriffe
Kategorien	Fremdbezeichnungen zur Artikelgruppe	Name und Beschreibung

Objekt	Quelle in der SelectLine	Im Shop
Sachmerkmale	Fremdbezeichnungen zum Sachmerkmal	Bezeichnung der Eigenschaft

Für die SEO-Felder je Sprache werden Extrafelder mit der Sprachkennung am Ende verwendet. Heißt das Feld für den Seitentitel `_METATITLE`, so gilt `_METATITLE_EN` für die englische Fassung.

> Fehlt zu einem Zusatzfeld die Übersetzung, wird der deutsche Wert in die Fremdsprache übernommen. Im Shop stehen dadurch nie leere Felder, nur weil eine Sprache nicht vollständig gepflegt ist.

Was nicht übersetzt wird

Preise werden nicht je Sprache unterschieden, sondern über Preisgruppen und Preisregeln abgebildet — siehe Preise. Auch Bilder, Kategorienzuordnung und Merkmalsstruktur sind sprachunabhängig.

Nächster Schritt

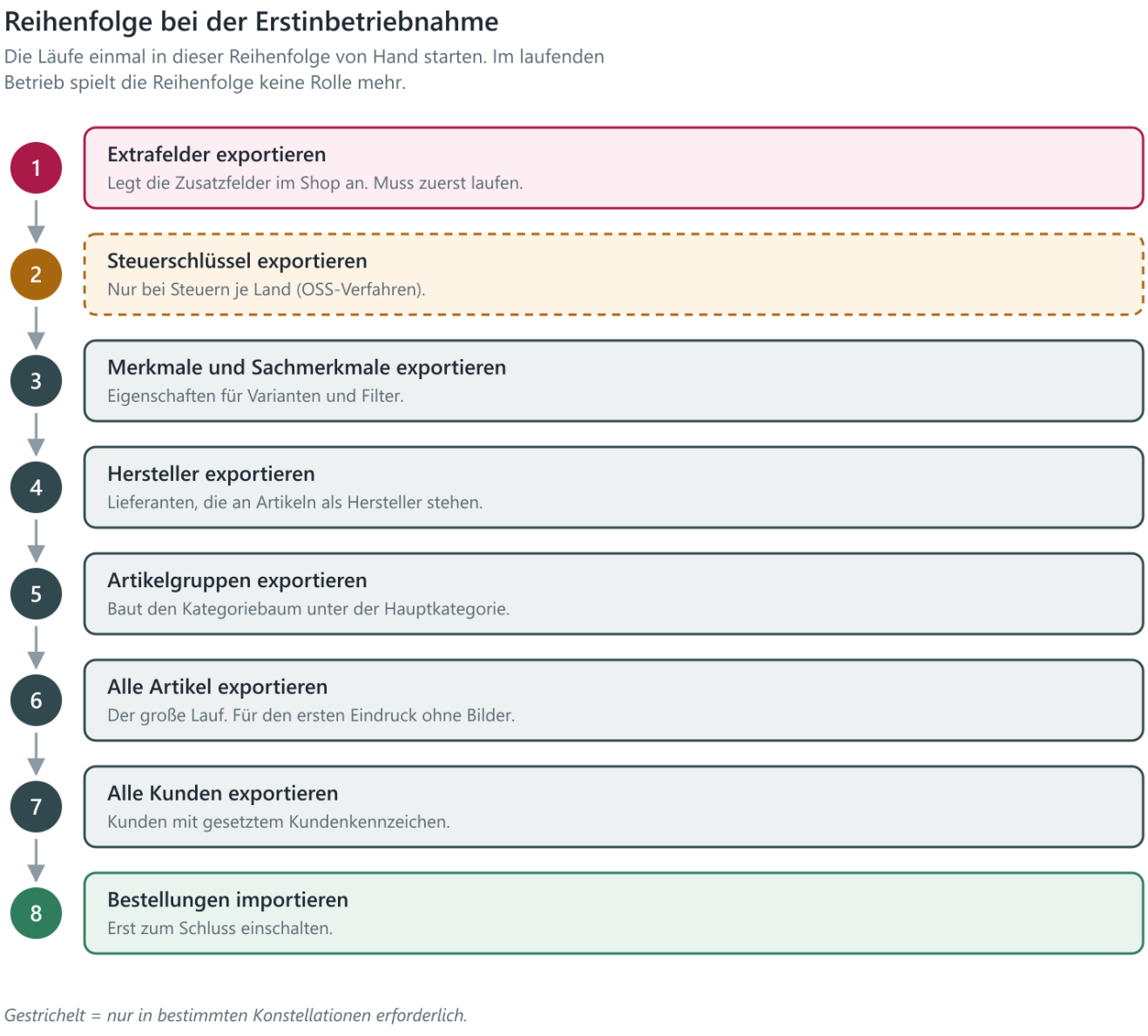
Erstinbetriebnahme

Einrichtung

Erstinbetriebnahme

Die einzelnen Übertragungen bauen aufeinander auf. Ein Artikel braucht seine Kategorie, seine Merkmale und seine Zusatzfelder, bevor er sauber im Shop landen kann. Bei einem leeren Shop lohnt es sich daher, die Läufe **einmal in dieser Reihenfolge** von Hand anzustoßen, unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung**.

> Diese Reihenfolge gilt für die Erstbefüllung. Im laufenden Betrieb spielt sie keine Rolle mehr — dann zieht die Schnittstelle fehlende Merkmale, Hersteller und Preisregeln selbst nach.



Gestrichelt = nur in bestimmten Konstellationen erforderlich.

Reihenfolge

1. Extrafelder exportieren

Legt im Shop die Zusatzfeld-Gruppen an, in denen später die SelectLine-Felder landen. Dieser Schritt muss zuerst laufen: An diesen Feldern hängt die Wiedererkennung von Kategorien und Herstellern, und die Preisregeln für Preis- und Rabattgruppen brauchen die Kundenfelder.

> Läuft dieser Schritt nicht zuerst, bricht die Artikelübertragung mit einer Meldung über fehlende Zusatzfelder ab, und Kategorien werden bei jedem Lauf doppelt angelegt.

2. Steuerschlüssel exportieren

Nur nötig, wenn die Steuern je Land über die Erfolgskontengruppen abgebildet werden sollen — etwa beim OSS-Verfahren. Andernfalls überspringen; dann genügen die Standard-Steuersätze des Shops.

3. Merkmale exportieren und Sachmerkmale exportieren

Legt die Eigenschaften und ihre Ausprägungen im Shop an. Varianten brauchen sie, bevor der Hauptartikel übertragen werden kann.

4. Hersteller exportieren

Überträgt die Lieferanten, die an Artikeln als Hersteller eingetragen sind.

5. Artikelgruppen exportieren

Baut die Kategoriestruktur unter der eingestellten Hauptkategorie auf.

> Dieser Schritt lässt sich nicht überspringen: Artikel brauchen eine Kategorie. Fehlt sie, wird der Artikel mit einer Meldung abgewiesen — es sei denn, es ist eine Default-Artikelgruppe hinterlegt.

6. Alle Artikel exportieren

Der große Lauf. Je nach Artikelanzahl und Bildmenge dauert er Stunden.

> Für einen ersten Eindruck kann man stattdessen **alle Artikel exportieren (ohne Bilder)** starten — das ist deutlich schneller. Die Bilder holt der nächste Vollauf nach.

7. Alle Kunden exportieren

Überträgt die Kunden, bei denen das Kundenkennzeichen gesetzt ist.

8. Bestellungen importieren

Erst zum Schluss einschalten. Vorher fehlen im Shop die Artikel, auf die sich Bestellungen beziehen würden.

Danach

Wenn die Erstbefüllung durchgelaufen ist, werden die Aufgaben mit einem Zeitplan versehen.

Empfehlungen dazu stehen unter Zeitplan der Übertragungen.

Kontrolle

Nach der Erstbefüllung lohnt ein Blick auf:

Prüfpunkt	Wo
Anzahl der Artikel im Shop	Shopware-Backend, verglichen mit den freigegebenen Artikeln
Kategoriebaum	Shopware-Backend unter der Hauptkategorie
Preise an Stichproben	Artikel im Shop aufrufen, Preis mit der SelectLine vergleichen
Meldungen im Protokoll	**Shopware 6 → Zeitsteuerung**

>

> Das Protokoll enthält auch Hinweise auf übersprungene Artikel. Diese Meldungen sind keine Fehler, sondern zeigen fehlende Angaben — die Liste ist eine gute Arbeitsgrundlage für die Datenpflege. Näheres unter Wenn etwas nicht im Shop ankommt.

Artikel

Wie Artikel in den Shop kommen: Freigabe, Texte, Bilder, Preise, Bestand, Kategorien und Varianten.

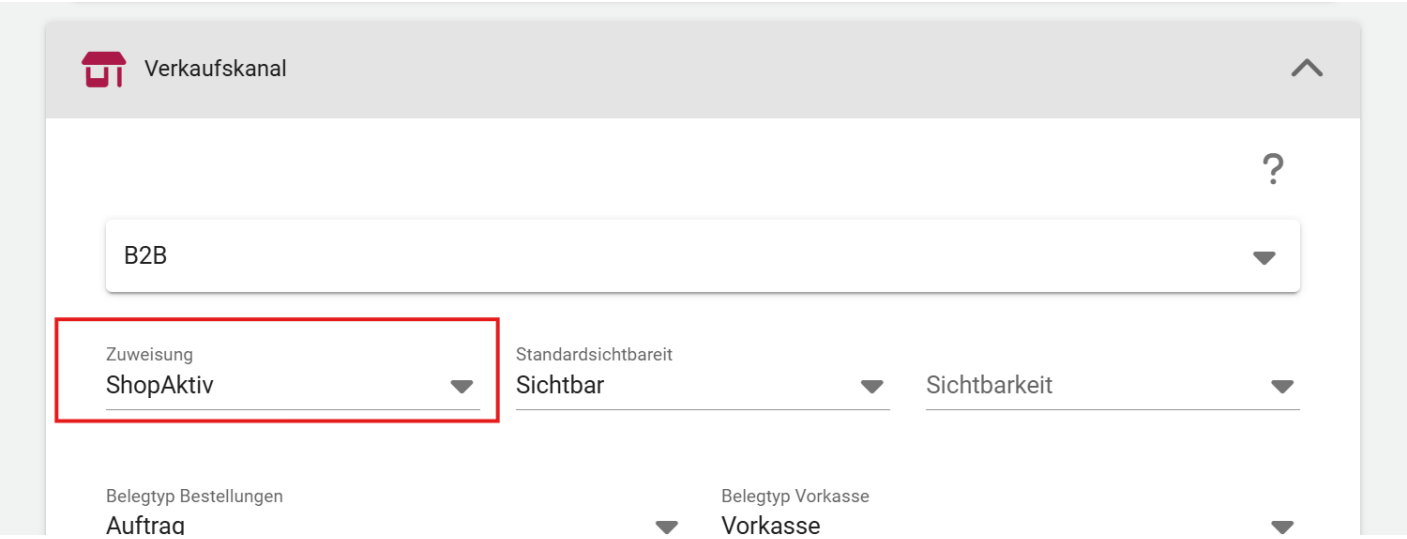
Artikel im Shop veröffentlichen

Ein Artikel erscheint im Shop, sobald er freigegeben ist und die nötigen Angaben enthält. Beides wird in der Artikelmaske gepflegt, im Shopware-Backend ist nichts zu tun.

Freigeben

Das bei der Einrichtung festgelegte Kennzeichen in der Artikelmaske setzen — siehe Verkaufskanal. Beim nächsten Lauf der Aufgabe *geänderte Artikel exportieren* geht der Artikel in den Shop.

Wird das Kennzeichen wieder entfernt, verschwindet der Artikel nicht aus dem Shop, sondern wird dort **inaktiv** gesetzt. Bestellte Artikel behalten damit ihre Verknüpfung, und die Adresse der Artikelseite bleibt gültig.



Voraussetzungen

Fehlt eine dieser Angaben, wird der Artikel übersprungen und im Protokoll vermerkt:

Voraussetzung	Hinweis

Bezeichnung	darf nicht leer sein
Steuerschlüssel	muss zum heutigen Datum gültig sein
Verkaufspreis	in der eingestellten Preisgruppe, für Menge 0
Artikelgruppe	oder eine hinterlegte Default-Artikelgruppe
nicht inaktiv	inaktive Artikel gehen nicht in den Shop

> Ist der Artikel bereits im Shop und fehlt später eine dieser Angaben, wird er nicht übersprungen, sondern im Shop deaktiviert. So verschwinden ausgelaufene Artikel zuverlässig aus der Storefront.

Für Varianten gilt eine Erleichterung: Sie dürfen ohne eigenen Preis übertragen werden und erben ihn dann vom Hauptartikel.

Nicht unterstützt

> Stücklisten vom Typ „Muster Typ I" werden nicht unterstützt. Solche Artikel werden mit einer Fehlermeldung abgewiesen.

Wann die Übertragung läuft

Aufgabe	Umfang
geänderte Artikel exportieren	Artikel, die seit dem letzten Lauf angelegt oder geändert wurden
alle Artikel exportieren	alle freigegebenen Artikel, mit Bildern
alle Artikel exportieren (ohne Bilder)	alle freigegebenen Artikel, ohne Bildübertragung

> Als geändert gilt ein Artikel, wenn sich der Artikelstamm geändert hat. Wird nur ein Preis, eine Mengenstaffel oder eine Fremdbezeichnung angepasst, ohne den Artikel selbst anzufassen, erkennt der Änderungslauf das nicht. Deshalb gehört ein nächtlicher Vollauf ohne Bilder in den Zeitplan — er ist der Korrekturlauf dafür. Siehe Zeitplan der Übertragungen.

Ändert man einen Artikel, der als Preisverweis für andere Artikel dient, werden die abhängigen Artikel mit übertragen.

Abgebrochene Läufe

Ein Vollauf über viele Artikel kann durch einen Neustart des Dienstes unterbrochen werden. Die Schnittstelle merkt sich die noch offenen Artikel und arbeitet sie beim nächsten Lauf weiter ab — die bisherige Arbeit ist nicht verloren. Im Protokoll steht dann ein Hinweis, dass der Artikelexport fortgesetzt wird.

Nur Bestand und Preise aktualisieren

Für Shops, in denen Texte und Bilder im Shopware-Backend redaktionell gepflegt werden, gibt es die Einstellung **Nur Bestand, Preis und Varianten aktualisieren**. Bestehende Artikel werden dann nur noch in diesen Punkten angefasst; Texte, Bilder, Kategorien und Zusatzfelder bleiben unberührt.

Abgeglichen wird außerdem, in welchen Verkaufskanälen ein Artikel sichtbar ist — aber nur in Kanälen mit einer Zuweisung. Dort folgt die Sichtbarkeit dem Kennzeichen am Artikel: Ist es nicht mehr gesetzt, verschwindet der Artikel aus dem Kanal. Verkaufskanäle ohne Zuweisung bleiben so, wie sie im Shop gepflegt sind.

> Neu angelegte Artikel durchlaufen immer den vollständigen Weg — die Einstellung wirkt nur auf Artikel, die im Shop schon vorhanden sind.

Weiter

- Bezeichnungen, Texte und Bilder
- Preise
- Bestand und Verfügbarkeit

Bezeichnungen, Texte und Bilder

Bezeichnung im Shop

Standardmäßig wird die Artikelbezeichnung als Produktname übernommen.

Zusatz hinter Titel

Ist diese Einstellung aktiv, wird der Zusatz aus der Artikelmaske an die Bezeichnung angehängt. Das Trennzeichen ist einstellbar, voreingestellt ist ein Gedankenstrich mit Leerzeichen.

Eigenes Feld als Titel

Soll der Shop-Titel von der SelectLine-Bezeichnung abweichen, kann ein Extrafeld als Titel bestimmt werden. Das ist der Weg für werbliche Bezeichnungen, die im Innendienst nicht erwünscht sind.

Beschreibung

Als Beschreibung wird der Artikeltext übernommen — sofern vorhanden in der HTML-Fassung, sonst als Text mit umgewandelten Zeilenumbrüchen.

Eigenes Feld als Beschreibung

Alternativ lässt sich ein Extrafeld als Beschreibung festlegen.

Keine Beschreibung übertragen

Wer die Beschreibungen im Shopware-Backend pflegt, schaltet die Übertragung ganz ab.

Weitere Texte

Diese Artikeltexte gehen als Zusatzfelder in den Shop und können im Theme ausgegeben werden:

Text in der SelectLine	Zusatzfeld im Shop
Dimensionstext	`DimensionsText`
Infotext	`InfoText`
Bestelltext	`BestellText`

Suchmaschinenoptimierung

Über Extrafelder in der Artikelmaske:

Extrafeld	Wirkung im Shop
`_METATITLE`	Seitentitel
`_METADESCRIPTION`	Meta-Beschreibung
`_METAKEYWORD`	Suchbegriffe

Für weitere Sprachen wird die Sprachkennung angehängt, etwa `_METATITLE_EN`. Siehe Weitere Sprachen.

Eigene Suchworte

Ein Extrafeld kann zusätzliche Suchbegriffe enthalten, kommagetrennt. Diese werden im Shop als eigene Suchworte am Artikel hinterlegt.

Maße und Gewicht

Angabe	Quelle
Gewicht	Gewicht aus der Artikelmaske
Breite	Extrafeld `_DIMBREITE`

Angabe	Quelle
Höhe	Extrafeld `_DIMHOEHE`
Länge	Extrafeld `_DIMLAENGE`

> Diese Angaben werden nur am Hauptartikel gesetzt. Varianten erben sie im Shop vom Hauptartikel.

Garantie

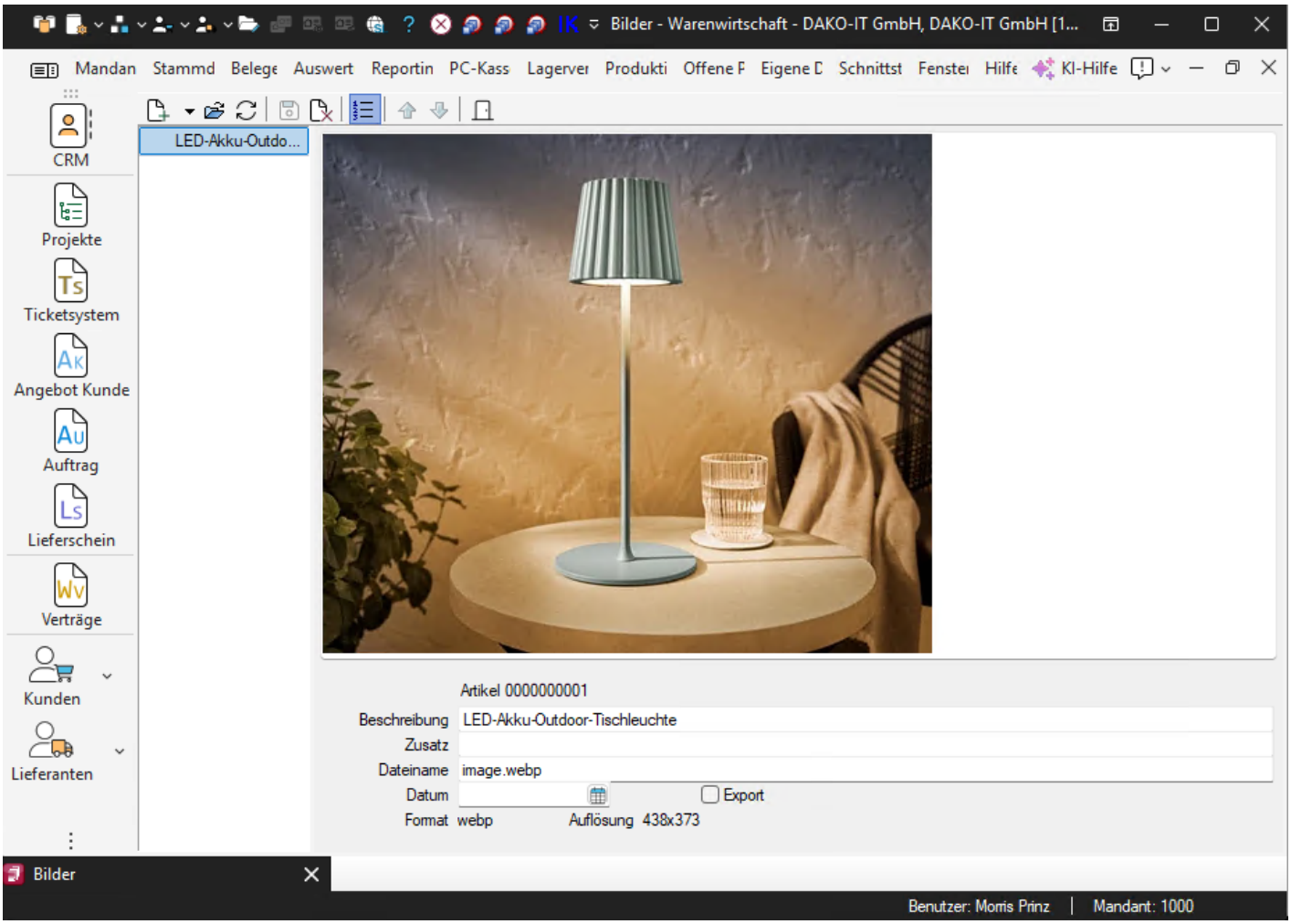
Shopware kann am Artikel eine Garantiedauer in Monaten führen. Woher sie kommt, legt die Einstellung **Feld für Garantie in Monaten** fest. Zur Auswahl stehen die Freien Zahlen sowie alle ganzzahligen Extrafelder der Artikeltabelle.

Steht dort keine Zahl größer 0, wird eine im Shop bereits hinterlegte Garantie wieder entfernt. So verschwindet die Angabe, sobald das Feld in der SelectLine geleert wird.

> Shopware kennt dieses Feld erst ab Version 6.7.14. Bei älteren Shops wird die Garantie nicht übertragen, auch wenn ein Feld eingestellt ist. Die Shopware-Version ermittelt die Schnittstelle selbst.

Bilder

Die Artikelbilder aus der SelectLine werden in die Shopware-Mediathek geladen. Das erste Bild wird das Titelbild, die weiteren folgen in der Reihenfolge aus der SelectLine.



Bildtitel und Alternativtext

Zu jedem Bild schreibt die Schnittstelle einen Titel und einen Alternativtext in die Mediathek. Ohne weitere Einstellung setzt sie beide selbst zusammen, aus Herstellerbezeichnung, Artikelbezeichnung und Artikelnummer — beim Titel zusätzlich mit der Bildnummer.

Mit der Einstellung **Bildtitel und Alternativtext aus der SelectLine übernehmen** kommen die Texte stattdessen vom Bild selbst: die **Beschreibung** wird der Titel, der **Zusatz** der Alternativtext. Bleibt ein Feld in der SelectLine leer, greift für dieses Feld weiter der zusammengesetzte Name. Für Gruppenbilder gilt das gleiche. Ändert man die Texte in der SelectLine, gehen sie beim nächsten Bildexport des Artikels mit — das Bild selbst muss dafür nicht neu geladen werden.

> Für Suchmaschinen und Barrierefreiheit ist der Alternativtext der wichtigere der beiden Texte: Er soll beschreiben, was auf dem Bild zu sehen ist. Der zusammengesetzte Name aus Hersteller und Artikelnummer leistet das nicht — wo Alternativtexte zählen, gehört diese Einstellung aktiviert und das Feld *Zusatz* am Bild gepflegt.

> Alternativtexte direkt in der Shopware-Mediathek zu pflegen, funktioniert nur, solange *Artikelbilder bei Aktualisierung übertragen* abgeschaltet ist. Ist die Einstellung aktiv, werden die Bilder eines Artikels bei jedem Export samt Eintrag in der Mediathek entfernt und neu geladen — von Hand gepflegte Titel und Alternativtexte sind danach weg. Das gilt auch für Bilder, die nur im Shop hängen und in der SelectLine nicht existieren.

Maximale Bildgröße

Bilder werden vor dem Hochladen auf diese Kantenlänge verkleinert, voreingestellt 1920 Pixel. Kleinere Bilder werden nicht vergrößert.

Artikelbilder bei Aktualisierung übertragen

Ist diese Einstellung aktiv (Voreinstellung), werden Bilder bei jeder Artikelaktualisierung mitgeprüft. Schaltet man sie ab, gehen Bilder nur beim ersten Anlegen eines Artikels mit.

> Weil bei einer Bildübertragung die vorhandenen Bilder zuerst entfernt und dann neu geladen werden, ist dies der zeitaufwendigste Teil des Artikelexports. Genau darum gibt es die Aufgabe *alle Artikel exportieren (ohne Bilder)*.

Bestehende Bilder im Shop aktualisieren

Wichtig beim Austausch von Bildern: Standardmäßig erkennt die Schnittstelle ein Bild am Dateinamen und verwendet ein bereits vorhandenes weiter.

> Tauscht man ein Bild in der SelectLine gegen ein anderes aus, ohne dass sich der Dateiname ändert, bleibt im Shop das alte Bild stehen. Entweder diese Einstellung aktivieren oder die Benennung über den Bildinhalt wählen (nächster Punkt).

Hash als Dateinamen verwenden

Statt eines sprechenden Namens aus Hersteller, Bezeichnung und Artikelnummer wird eine Prüfsumme des Bildinhalts als Dateiname verwendet. Vorteil: Ändert sich das Bild, ändert sich automatisch der Name, und der Shop bekommt zuverlässig die neue Fassung. Nachteil: In der Mediathek sind die Namen nicht mehr lesbar.

Nur gekennzeichnete Daten exportieren

Berücksichtigt nur Bilder, die in der SelectLine mit dem Kennzeichen *Export* versehen sind. So lässt sich steuern, welche Bilder in den Shop gehören und welche nur intern sind.

Gruppenbilder verwenden

Hat ein Artikel kein eigenes Bild, können die Bilder seiner Artikelgruppe verwendet werden. Praktisch für Sortimente, in denen nur wenige Artikel eigene Fotos haben.

Weiter

- Weitere Felder aus SelectLine
- Preise

Preise

Die SelectLine kennt Preisgruppen, Zeiträume, Mengenstaffeln, Aktionspreise, Kundenpreise und Rabattgruppen. Shopware kennt einen Grundpreis je Artikel und beliebig viele weitere Preise, die jeweils an eine **Preisregel** gebunden sind. FINN.ghost übersetzt das eine in das andere und legt die nötigen Preisregeln im Shop selbst an.

> Die von der Schnittstelle erzeugten Preisregeln beginnen im Shop mit „SL " und sind dadurch leicht erkennbar. Regeln, die man selbst im Shop anlegt, werden nicht angefasst.

Grundpreis

Preisgruppe

Bestimmt, welche Preisgruppe der SelectLine als Grundpreis im Shop erscheint. Zur Auswahl stehen die Preise aus der Artikelmaske.

Abweichende Preisgruppe je Artikel

Über das Extrafeld `_SW6PG` lässt sich die Preisgruppe für einzelne Artikel überschreiben.

Preisverweis

Ist in der Artikelmaske ein Preisverweis eingetragen, werden die Preise des verwiesenen Artikels verwendet.

Was zusätzlich übertragen wird

Preisart der SelectLine	Im Shop sichtbar für
Geltungspreise	alle, im hinterlegten Zeitraum

Preisart der SelectLine	Im Shop sichtbar für
Mengenstaffeln	alle, ab der jeweiligen Menge
Aktionspreise	alle, im Aktionszeitraum, mit Streichpreis
Kundenpreise	den jeweiligen angemeldeten Kunden
Rabattgruppen	Kunden der jeweiligen Rabattgruppe
weitere Preisgruppen	angemeldete Kunden der jeweiligen Preisgruppe

Die Mengenstaffeln werden zu zusammenhängenden Bereichen umgerechnet: Die Obergrenze einer Stufe ist die Untergrenze der nächsten. Abgelaufene Zeiträume werden nicht übertragen.

Hat ein Artikel nur einen Geltungspreis — ohne Mengenstaffel und ohne Obergrenze — und entspricht dieser dem Grundpreis, wird dafür keine Preisregel angelegt. Der Betrag stünde sonst zweimal am Artikel: einmal als Preis, einmal als Regel mit demselben Wert. Die Registerkarte *Erweiterte Preise* bleibt dadurch leer, solange es nichts zu staffeln gibt.

Preisregel auch anlegen, wenn sie dem Grundpreis entspricht

Mit dieser Einstellung wird der Geltungspreis trotzdem als Preisregel übertragen. Das braucht man, wenn das Theme die Regel der Grundpreis-Preisgruppe auswertet — etwa um angemeldeten Händlern neben ihrem eigenen Preis die UVP anzuzeigen.

> Die Regel erscheint an einem Artikel erst, wenn er wieder übertragen wird. Damit sie nach dem Einschalten sofort an allen Artikeln steht, einmal alle Artikel exportieren.

> Kunden- und Preisgruppenpreise greifen im Shop nur bei angemeldeten Kunden — sie hängen an den Kundenfeldern, die beim Kundenexport mitgegeben werden. Siehe Kunden.

Streichpreise

Bei Aktionspreisen wird der zugehörige reguläre Preis als Streichpreis mitgegeben. Im Shop erscheint er durchgestrichen neben dem Aktionspreis.

Listenpreis als Streichpreis verwenden

Alternativ kann der Listenpreis aus der SelectLine als Streichpreis dienen, statt der Aktionspreis-Logik zu folgen.

Niedrigster Preis der letzten 30 Tage

Für Rabattauszeichnungen verlangt die Preisangabenverordnung die Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage. FINN.ghost führt dazu eine eigene Historie: Jeder Übertragungslauf merkt sich die gesetzten Preise, und der günstigste Wert des Zeitraums wird als Vergleichspreis an den Shop übergeben.

> Die Historie beginnt mit dem ersten Übertragungslauf und ist nur so vollständig wie die Läufe. Nach einem Serverumzug oder einer Neuinstallation startet sie neu — in den ersten 30 Tagen danach ist der Vergleichspreis also noch nicht belastbar.

Grundpreisangabe

Für Artikel, die nach Inhalt ausgezeichnet werden müssen — etwa „12,90 € / Liter" — gibt es die Grundpreisangabe. Sie wird eingeschaltet und auf einem von zwei Wegen gefüllt.

Über die Mengenumrechnung: Ein Kennzeichen in der Mengenumrechnung markiert die zu verwendende Mengeneinheit. Faktor und Basis der Umrechnung ergeben die Angabe.

Über zwei Artikelfelder: Ein Feld enthält Referenzmenge und Einheit im Format `100 ml`, ein zweites den Inhalt als Zahl. Voreingestellt sind *FreierText2* und *FreieZahl3*.

> Fehlt die Einheit im Shop, wird sie automatisch angelegt.

Einfache Preise

Einfache Preise verwenden (keine Preisregeln)

Übertragen wird dann nur der Grundpreis, ohne Staffeln, Aktionen, Kunden- und Gruppenpreise. Sinnvoll für einfache Endkundenshops, in denen für alle derselbe Preis gilt — der Shop bleibt dadurch übersichtlich und die Übertragung deutlich schneller.

Preise beim Bestellimport

Preise aus SelectLine bei Belegimport verwenden

Normalerweise übernimmt der Beleg die Preise aus der Bestellung, damit Shop und Beleg denselben Betrag zeigen. Mit dieser Einstellung rechnet stattdessen die SelectLine die Positionspreise selbst.

FINN.ghost vergleicht dann den Belegbetrag mit dem Bestellbetrag und protokolliert Abweichungen. Auf Wunsch wird die Abweichung zusätzlich in ein Belegfeld geschrieben, sodass sie in einer SelectLine-Auswertung sichtbar wird.

> Der Beleg wird bei einer Abweichung nicht korrigiert und nicht verworfen — die Meldung ist ein Hinweis, keine Sperre.

Zuschlagartikel in die Shoppreise einrechnen (Belegimport ohne Zuschlagspositionen)

Zuschlagartikel eines Artikels fügt die SelectLine in Verkaufsbelege als eigene Positionen ein. Ohne diese Einstellung kennt der Shop sie nicht: Er zeigt den Preis ohne Zuschlag, und beim Belegimport kommen die Zuschlagspositionen hinzu — der Beleg liegt dann über dem Betrag, den der Kunde bezahlt hat.

Mit der Einstellung rechnet der Artikelexport die Zuschläge je Stück in alle Preise ein, die der Shop bekommt: Grundpreis, Staffel- und Aktionspreise, Kunden-, Preisgruppen- und Rabattgruppenpreise. Der Belegimport legt dann keine Zuschlagspositionen an; Zubehör fügt die SelectLine weiterhin ein.

- Berücksichtigt werden Zuschlagartikel für die Ausgangsseite, die die SelectLine immer selbst einfügt (Einfügemodus *Immer*).

- Die Menge kommt aus der Mengenformel für ein Stück des Artikels, der Preis aus der Preisformel oder aus dem Preis des Zuschlagartikels in der jeweiligen Preisgruppe.
- Bei Rabattgruppen gilt der Rabatt nur dem Artikel, der Zuschlag kommt ungekürzt dazu.
- Eine Formel, die die SelectLine nicht lesen kann, rechnet sie als 0 — dann entfällt der Zuschlag auch im Shop, mit einem Hinweis im Protokoll. Enthält eine Formel Platzhalter, die der Export nicht kennt, wird der Artikel nicht übertragen.

Preise aus SelectLine bei Belegimport verwenden ist dabei gesperrt: Die Positionen kommen immer zum Shoppreis, sonst ginge der Zuschlag verloren.

> Hängt die Mengenformel eines Zuschlagartikels nicht von der Menge ab, fügt die SelectLine den Zuschlag einmal je Position ein, der Shop rechnet ihn aber je Stück. Solche Zuschlagartikel stehen als Hinweis im Protokoll.

> Zuschlagspositionen lässt der Belegimport sofort nach dem Einschalten weg, den Zuschlag enthalten die Shoppreise aber erst, wenn ein Artikel wieder übertragen wird. Deshalb gleich nach dem Einschalten einmal alle Artikel exportieren.

Steuern

Standardmäßig wird der Steuersatz des Artikels verwendet und im Shop die passende Steuer gesucht. Für Fernverkäufe innerhalb der EU gibt es zusätzlich die Möglichkeit, die Steuern über die Erfolgskontengruppen und damit je Land abzubilden. Diese Betriebsart wird bei der Einrichtung eingestellt und erfordert eine Namenskonvention bei den Kontengruppen — hier hilft der Support weiter.

Weiter

Bestand und Verfügbarkeit

Bestand und Verfügbarkeit

Der Bestand ist die Angabe, die sich im Tagesgeschäft am häufigsten ändert. Deshalb gibt es dafür eigene Aufgaben, die schneller laufen als die vollständige Artikelübertragung.

Aufgabe	Umfang
geänderte Bestände exportieren	Artikel mit Bestandsbewegung seit dem letzten Lauf
alle Bestände exportieren	alle freigegebenen Artikel

> Beide Aufgaben aktualisieren nur Artikel, die im Shop bereits vorhanden sind. Ein Artikel, der noch nie übertragen wurde, entsteht dadurch nicht.

Wie der Bestand ermittelt wird

Standardmäßig gilt: **Bestand abzüglich reservierter Menge**.

Reservierte Menge nicht abziehen

Der volle Lagerbestand wird gemeldet, ohne Rücksicht auf Reservierungen.

Bestellte Menge zum Bestand hinzuzählen

Beim Lieferanten bestellte Ware wird mitgezählt. Sinnvoll, wenn Nachlieferungen verlässlich eintreffen und Kunden trotzdem bestellen sollen.

Stücklisten

Bei Stücklisten ergibt sich der Bestand aus der knappsten Komponente — also aus der Menge, die sich tatsächlich noch zusammenstellen lässt.

Eigene Bestandsermittlung

Für Sonderfälle kann eine eigene Bestandsabfrage hinterlegt werden, etwa um nur bestimmte Lager zu berücksichtigen. Das richtet der Support gemeinsam mit Ihnen ein.

> Die technischen Einzelheiten dazu stehen im Systemhandbuch unter Bestand und Bestellmenge. Wichtig für den Betrieb: Mit einer eigenen Abfrage entfällt die Stücklistenauflösung — Set- und Behälterartikel bekommen dann den Wert der Abfrage.

> Der Bestand wird ganzzahlig an den Shop übergeben. Bei Artikeln, die in Bruchteilen geführt werden — Meter, Kilogramm —, wird abgeschnitten: Aus 2,7 m wird ein Bestand von 2.

Bestand je Abholmarkt

Ist im Shop das Abholmarkt-Plugin **neti Store Pickup** installiert, lässt sich der Bestand zusätzlich je Abholmarkt-Lager übertragen. FINN.ghost erkennt das Plugin selbst: Nur dann erscheint in den Einstellungen unter **Lager** die Tabelle **Abholmarkt-Läger (neti Store Pickup)**. Ohne das Plugin bleibt alles wie bisher.

In der Tabelle steht links jedes Lager aus dem Shop, rechts wählen Sie die SelectLine-Läger, die dazugehören — eines oder mehrere. Läger mit Auslager- oder Lagersperre stehen nicht zur Auswahl.

> Der freie Bestand der gewählten SelectLine-Läger wird summiert und dem Shop-Lager zugewiesen. Gerechnet wird wie beim Gesamtbestand — Reservierungen, bestellte Menge und Stücklisten nach denselben Einstellungen, nur eben je Lager. Eine eigene Bestandsermittlung gilt für die Abholmärkte nicht.

Übertragen wird mit denselben Aufgaben wie der Gesamtbestand — **geänderte Bestände exportieren**, **alle Bestände exportieren** — und mit der Artikelübertragung. Dabei gilt:

- Ein Eintrag, den es im Shop schon gibt, bekommt den neuen Bestand, auch wenn er auf 0 fällt. Das Kennzeichen **Verfügbar** bleibt, wie es im Shop gepflegt ist.
- Neue Einträge legt FINN.ghost nur an, wenn Bestand da ist — sonst bekäme jeder Artikel in jedem Abholmarkt eine leere Zeile.
- Shop-Läger ohne Zuordnung fasst FINN.ghost nicht an. Sie lassen sich weiter von Hand im Shop pflegen.

Der Bestand am Artikel selbst bleibt der Gesamtbestand.

Verhalten bei Bestand 0

Drei Einstellungen bestimmen, was mit einem Lagerartikel ohne Bestand passiert.

Lagerartikel ohne Bestand nicht hochladen

Der Artikel wird gar nicht erst im Shop angelegt.

> Wirkt nur beim ersten Anlegen. Ein Artikel, der bereits im Shop ist, verschwindet dadurch nicht.

Artikel inaktiv, wenn Lagerartikel ohne Bestand

Der Artikel bleibt im Shop, wird aber deaktiviert und ist damit nicht mehr bestellbar. Die Artikelseite bleibt über den direkten Link erreichbar.

Lagerartikel mit Bestand 0 bekommen den Haken Abverkauf

Setzt im Shop das Kennzeichen für Abverkauf. Shopware zeigt den Artikel dann als nicht mehr nachbestellbar.

Über das Extrafeld `_SW6ABVERKAUF` lässt sich das Abverkauf-Kennzeichen je Artikel festlegen und damit auch bewusst abschalten.

Maximalabnahme

Wie viel ein Kunde von einem Artikel in einem Vorgang bestellen darf. Standardmäßig entspricht sie dem verfügbaren Bestand.

Maximalabnahme bei Nicht-Lagerartikel

Ein fester Wert für Artikel, die nicht auf Lager geführt werden — typischerweise Streckengeschäft oder Dienstleistungen.

Maximalabnahme auch bei Lagerartikel anwenden

Wendet den festen Wert zusätzlich auf Lagerartikel an.

Bestellte Menge zur Maximalabnahme hinzufügen

Rechnet die beim Lieferanten bestellte Menge auf die Maximalabnahme an.

Maximalabnahme aus einem Artikelfeld

Enthält ein Extrafeld einen Wert, gilt dieser — er hat Vorrang vor allen anderen Einstellungen. So lassen sich einzelne Artikel begrenzen, etwa Aktionsware pro Kunde.

Zusammenspiel mit der Artikelübertragung

Die Artikelübertragung setzt Bestand und Maximalabnahme ebenfalls mit. Ein Artikelexport überschreibt also einen kurz vorher gelaufenen Bestandsexport — mit denselben Werten, sofern sich zwischenzeitlich nichts geändert hat.

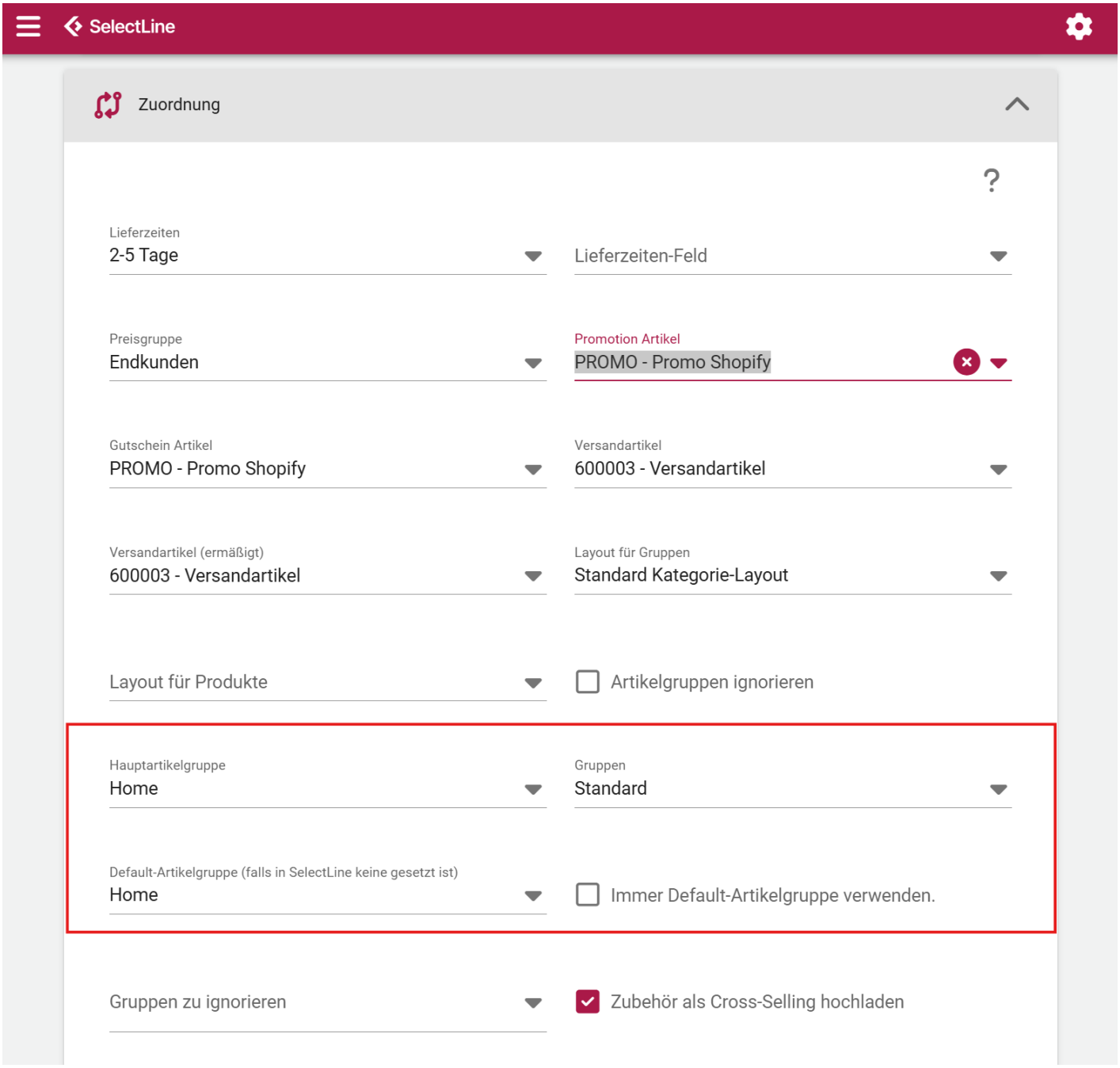
Die eigene Bestandsaufgabe existiert, weil sie viel günstiger ist: Sie fasst nur Bestand und Verfügbarkeit an, ohne Preise, Bilder, Kategorien und Merkmale. Deshalb darf sie häufig laufen, während die Artikelübertragung in größeren Abständen arbeitet.

Weiter

Kategorien

Kategorien

Die Artikelgruppen der SelectLine werden zu Kategorien im Shop, unterhalb einer Hauptkategorie, die man selbst bestimmt. Die Hierarchie der Artikelgruppen wird dabei übernommen.



Einstellungen

Hauptartikelgruppe

Die Shop-Kategorie, unter der die Struktur entsteht. Zur Auswahl stehen die Kategorien des Shops.

> Ohne Hauptartikelgruppe läuft die Kategorieübertragung nicht. Sie bricht mit einem entsprechenden Hinweis ab.

Gruppen

Bestimmt, welche Zuordnung aus der SelectLine gilt:

Auswahl	Bedeutung
Artikelgruppe	die Artikelgruppe aus der Artikelmaske
Alternativgruppen	die zusätzlichen Gruppenzuordnungen des Artikels
beide	Artikelgruppe und Alternativgruppen

Mit *beide* kann ein Artikel in mehreren Kategorien erscheinen.

Layout für Gruppen

Das Shopware-Layout, das neu angelegte Kategorien erhalten.

Gruppen zu ignorieren

Artikelgruppen, die nicht in den Shop gehören — etwa interne Sortimentsgliederungen. Sie werden weder als Kategorie angelegt noch Artikeln zugeordnet.

Default-Artikelgruppe

Eine Kategorie, die verwendet wird, wenn sich für einen Artikel keine Kategorie ermitteln lässt. Ohne diese Angabe wird ein solcher Artikel abgewiesen.

Immer Default-Artikelgruppe verwenden

Alle Artikel landen in dieser einen Kategorie. Die Kategorieübertragung ist dann abgeschaltet — sinnvoll für Shops, deren Navigation vollständig im Shopware-Backend gepflegt wird.

Artikelgruppen ignorieren

Kategorien werden gar nicht angefasst. Die Zuordnung der Artikel zu Kategorien übernimmt dann das Shopware-Backend.

Welche Gruppen übertragen werden

Eine Artikelgruppe wird nur angelegt, wenn sie selbst oder eine ihrer Untergruppen Artikel enthält. Leere Äste der SelectLine-Struktur erscheinen also nicht im Shop.

Freigabe je Gruppe

Zusätzlich kann ein Kennzeichen an der Artikelgruppe bestimmen, ob sie in den Shop gehört.

> Ist das Kennzeichen an einer Gruppe leer, wird die Gruppe **nicht** ausgeschlossen. Nur ein ausdrücklich abweichender Wert schließt sie aus.

Was übertragen wird

Im Shop	Aus der SelectLine
Name	Bezeichnung der Artikelgruppe
Beschreibung	Langtext zur Artikelgruppe
Seitentitel	Extrafeld `_AG_METATITLE`
Meta-Beschreibung	Extrafeld `_AG_METADESCRIPTION`
Suchbegriffe	Extrafeld `_AG_METAKEYWORD`

Fremdsprachen kommen aus den Fremdbezeichnungen zur Artikelgruppe.

Kategorien im Shop redaktionell pflegen

Artikelgruppen nicht aktualisieren

Bestehende Kategorien werden nicht mehr angefasst, neue weiterhin angelegt. Damit bleiben im Shop gepflegte Kategorietexte, SEO-Felder und Layouts erhalten.

> Mit dieser Einstellung wird auch die Einordnung im Kategoriebaum nicht mehr nachgezogen. Eine Umstrukturierung der Artikelgruppen in der SelectLine kommt dann nicht im Shop an.

Wichtig zu wissen

> Bei jeder Artikelübertragung wird die Kategoriezuordnung des Artikels neu gesetzt. Kategorien, die man im Shopware-Backend von Hand an einem Artikel ergänzt, verschwinden deshalb beim nächsten Lauf. Wer im Shop zuordnen will, nutzt **Artikelgruppen ignorieren**.

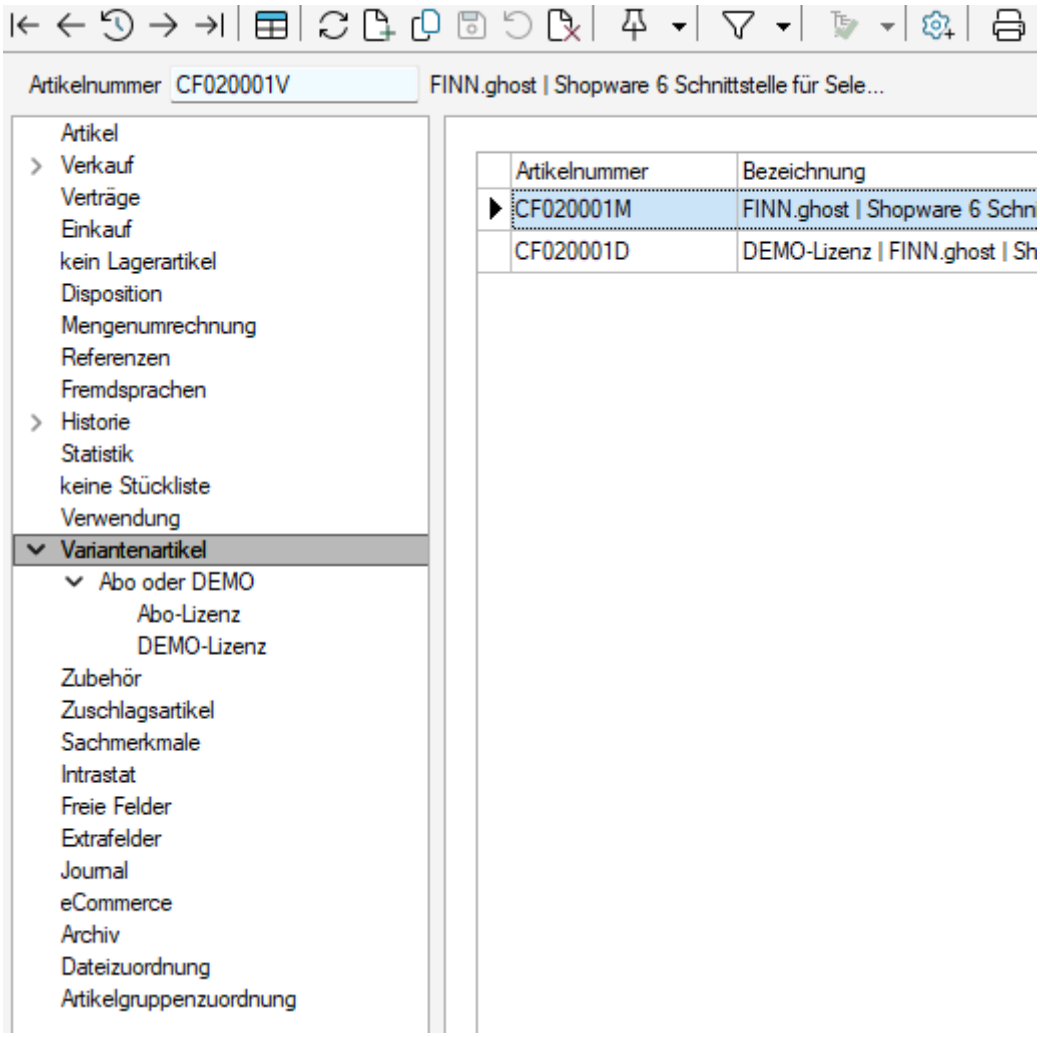
Die Wiedererkennung einer Kategorie läuft über ein Zusatzfeld mit der Artikelgruppennummer. Wird dieses Feld im Shop gelöscht oder die Kategorie von Hand neu angelegt, entstehen Dubletten.

Weiter

Varianten

Varianten

Variantenartikel der SelectLine werden auf das Variantensystem von Shopware abgebildet: Der Variantenartikel wird der Hauptartikel, die einzelnen Varianten hängen darunter und tragen die Merkmalsausprägungen.



Voraussetzungen

Voraussetzung	Hinweis
Merkmale sind im Shop vorhanden	siehe Eigenschaften und Filter
mindestens eine aktive Variante	freigegeben und nicht inaktiv
Merkmale am Variantenartikel gepflegt	ohne Merkmale gibt es keine Auswahl im Shop

> Hat ein Variantenartikel keine aktiven Varianten oder keine Merkmale, wird er im Shop deaktiviert statt fehlerhaft angelegt.

Die Reihenfolge spielt keine Rolle: Wird eine Variante vor ihrem Hauptartikel übertragen, holt die Schnittstelle den Hauptartikel selbst nach.

Darstellung im Shop

Auffächern

Ohne Auffächern zeigt der Shop in Listen und in der Suche nur den Hauptartikel; die Auswahl der Variante erfolgt auf der Artikelseite.

Mit Auffächern erscheint **jede Variante als eigener Eintrag** in Listen und Suche. Das ist die richtige Wahl, wenn sich die Varianten deutlich unterscheiden — etwa verschiedene Farben, die man einzeln sehen möchte.

Das Auffächern lässt sich über ein Kennzeichen je Artikel steuern oder generell für alle Variantenartikel einschalten.

Variantenartikel anstelle von Hauptartikel in Storefront anzeigen

Zeigt in Listen die erste Variante anstelle des Hauptartikels. Praktisch, wenn der Hauptartikel selbst kein sinnvolles Bild oder keinen sinnvollen Preis hat.

Bei Varianten die Bezeichnung vom Hauptartikel verwenden

Alle Varianten erhalten die Bezeichnung des Hauptartikels. Sinnvoll, wenn die Variantenbezeichnungen in der SelectLine technische Kürzel enthalten.

Reihenfolge der Ausprägungen

Im Shop erscheinen die Ausprägungen standardmäßig alphabetisch. Größen kommen dadurch in der Reihenfolge `L, M, S, XL` statt `S, M, L, XL`.

Wird in der SelectLine eine Positionsangabe zu den Ausprägungen geführt, übernimmt FINN.ghost diese Reihenfolge in den Shop. Ob das in Ihrer Installation eingerichtet ist, klärt der Support.

Preise und Bestand bei Varianten

Varianten dürfen ohne eigenen Preis übertragen werden und erben ihn dann vom Hauptartikel. Bestand und Verfügbarkeit werden dagegen je Variante geführt.

Beschreibung, Maße, Lieferzeit und Verpackungseinheit werden bewusst nur am Hauptartikel gesetzt — Shopware vererbt sie an die Varianten.

Wenn die Variantenauswahl im Shop seltsam aussieht

Shopware entfernt bei einer Aktualisierung keine Ausprägungen, sondern ergänzt nur. Bestandsvarianten können dadurch im Laufe der Zeit mehr als eine Ausprägung pro Merkmal ansammeln — etwa zwei Größen an derselben Variante. Im Shop führt das zu einer fehlerhaften Auswahl.

FINN.ghost räumt das beim Übertragen des Hauptartikels selbst auf: Überzählige Ausprägungen, die nicht aus der SelectLine kommen, werden entfernt.

> Als Sicherung gilt: Liefert die SelectLine zu einer Variante gar keine Ausprägungen, wird nichts entfernt. Sonst bliebe eine Variante ohne Ausprägung zurück und wäre im Shop unbrauchbar.

Wer eine merkwürdige Variantenauswahl im Shop sieht, startet also am besten *geänderte Artikel exportieren* für den betroffenen Hauptartikel.

Weiter

Eigenschaften und Filter

Eigenschaften und Filter

Die SelectLine kennt zwei Arten von beschreibenden Angaben, und beide werden im Shop zu Eigenschaften. Der Unterschied liegt darin, wofür sie verwendet werden.

In der SelectLine	Im Shop verwendet für
Merkmale	Variantenauswahl (Größe, Farbe, …)
Sachmerkmale	Filter und Eigenschaftstabelle auf der Artikelseite

Übertragung

Aufgabe	Überträgt
Merkmale exportieren	Merkmale und ihre Ausprägungen
Sachmerkmale exportieren	Sachmerkmale, ihre Beschreibung und Ausprägungen

Beide Aufgaben laufen über den **gesamten** Bestand, nicht nur über Änderungen. Bei vielen Merkmalen dauern sie entsprechend und gehören in den nächtlichen Zeitplan.

> Fehlt beim Übertragen eines Artikels ein Merkmal oder eine Ausprägung im Shop, zieht die Schnittstelle das selbst nach. Ein neu angelegtes Merkmal muss also nicht erst auf den nächtlichen Lauf warten.

Wichtig bei der Benennung

> Merkmale und Sachmerkmale landen im Shop im selben Bereich. Ein Merkmal und ein Sachmerkmal dürfen deshalb **nicht denselben Namen tragen** — sonst mischen sich ihre Ausprägungen und die Variantenauswahl wird fehlerhaft.

Umbenennen und Löschen

Die Zuordnung läuft über den Namen. Daraus folgt:

- Wird ein Merkmal in der SelectLine **umbenannt**, entsteht im Shop eine zweite Eigenschaft. Die alte bleibt mit ihren Ausprägungen stehen.
- Wird eine Ausprägung **gelöscht**, bleibt sie im Shop bestehen.

Die Schnittstelle legt an und aktualisiert, sie räumt nicht auf. Aufräumen ist im Shopware-Backend möglich — sinnvollerweise erst, wenn kein Artikel die Eigenschaft mehr verwendet.

Sachmerkmale: was mitkommt

Im Shop	Aus der SelectLine
Bezeichnung	Bezeichnung des Sachmerkmals
Beschreibung	Freitextfeld des Sachmerkmals
Übersetzungen	Fremdbezeichnungen des Sachmerkmals
Ausprägungen	untergeordnete Einträge der Struktur

Berücksichtigt werden Sachmerkmale des Standardtyps. Reine Freitext- oder Zahlenmerkmale werden nicht übertragen.

> Bei jeder Artikelübertragung werden die Eigenschaften des Artikels im Shop neu gesetzt. Eigenschaften, die man im Shopware-Backend von Hand an einem Artikel ergänzt, verschwinden beim nächsten Lauf.

Weiter

Zubehör und Alternativartikel

Zubehör und Alternativartikel

Zubehör- und Alternativartikel aus der SelectLine erscheinen im Shop als Cross-Selling — also als Empfehlungen auf der Artikelseite.

In der SelectLine	Im Shop als Cross-Selling mit dem Namen
Zubehörartikel	Zubehör
Alternativartikel	Alternativartikel

Beide Übertragungen sind standardmäßig eingeschaltet und lassen sich unter **Shopware 6 → Einstellungen** einzeln abschalten.

Voraussetzung

Aufgenommen werden nur Artikel, die selbst für den Shop freigegeben sind. Ein Zubehörartikel ohne Freigabekennzeichen erscheint nicht in der Empfehlung.

> Ist ein freigegebener Zubehörartikel noch nicht im Shop, überträgt die Schnittstelle ihn bei Bedarf vorher.

Eigene Cross-Sellings im Shop

Beim Übertragen werden die Empfehlungen mit **genau diesen beiden Namen** neu aufgebaut. Cross-Sellings, die man im Shopware-Backend unter einem anderen Namen anlegt, bleiben unangetastet.

> Wer die Empfehlungen „Zubehör" oder „Alternativartikel" im Shop von Hand ergänzt, verliert diese Ergänzungen beim nächsten Artikellauf. Für eigene Empfehlungen deshalb einen anderen Namen wählen.

Weiter

Weitere Felder aus SelectLine

Weitere Felder aus SelectLine

Nicht jede Angabe der SelectLine hat im Shop ein passendes Standardfeld. Damit trotzdem alles verfügbar ist, legt FINN.ghost im Shop eigene Zusatzfeld-Gruppen an und füllt sie.

Im Shopware-Backend erscheinen sie als **Ghost Artikel**, **Ghost Kategorie**, **Ghost Kunde** und **Ghost Hersteller**.

Was übertragen wird

Angelegt werden alle Extrafelder der jeweiligen SelectLine-Tabelle sowie die Standardfelder, die im Shop nützlich sind:

Bereich	Felder
Artikel	Zusatz, Matchcode, Freie Texte, Freie Zahlen, Freie Daten, Freie Kennzeichen, Dimensionstext, Infotext, Bestelltext
Kategorie	Nummer, Zusatz
Kunde	Freie Felder, Preisgruppe, Rabattgruppe, SelectLine-Nummer
Hersteller	Nummer, Freie Felder

Die Aufgabe dafür heißt **Extrafelder exportieren**. Sie muss laufen, sobald in der SelectLine ein neues Extrafeld angelegt wurde, das im Shop verfügbar sein soll.

> Diese Aufgabe gehört an den Anfang jeder Einrichtung. An diesen Feldern hängt die Wiedererkennung von Kategorien und Herstellern, und die Preisregeln für Preis- und Rabattgruppen brauchen die Kundenfelder. Siehe Erstinbetriebnahme.

Verwendung im Shop

Die Felder stehen im Shopware-Backend am Artikel zur Verfügung und können im Theme ausgegeben werden — etwa als zusätzliche Angabe auf der Artikelseite. Die Umsetzung im Theme übernimmt Ihre Agentur oder unser Team.

Reihenfolge der Felder

Die Reihenfolge lässt sich im Shopware-Backend anpassen und bleibt dabei erhalten: Beim nächsten Lauf wird sie nicht überschrieben.

Felder umbenennen

Erwartet ein Theme oder ein Plugin einen bestimmten Feldnamen, kann eine Umbenennung hinterlegt werden. Das FINN.ghost-Feld wird dann unter dem gewünschten Namen im Shop geführt. Diese Zuordnung richtet der Support ein.

Nicht unterstützte Feldtypen

Übertragen werden Text-, Zahlen-, Datums-, Kennzeichen- und Memofelder.

> Extrafelder mit ungewöhnlichem Datentyp lassen die Aufgabe mit einer Meldung abbrechen, dass der Typ nicht bekannt ist. Solche Felder müssen in der SelectLine auf einen unterstützten Typ geändert werden.

Aufräumen

Ein in der SelectLine gelöschtes Extrafeld bleibt im Shop bestehen und behält seinen letzten Wert an allen Artikeln. Entfernen lässt es sich im Shopware-Backend.

Felder mit besonderer Bedeutung

Diese Extrafelder steuern das Verhalten der Schnittstelle und sind an den entsprechenden Stellen beschrieben:

Extrafeld	Wirkung	Näheres
`_SW6PG`	abweichende Preisgruppe für diesen Artikel	Preise
`_SW6ABVERKAUF`	Abverkauf-Kennzeichen je Artikel	Bestand
`_DIMBREITE` u. a.	Maße des Artikels	Texte und Bilder
`_METATITLE` u. a.	Angaben für Suchmaschinen	Texte und Bilder
`_AG_METATITLE` u. a.	Angaben für Suchmaschinen an der Kategorie	Kategorien

Kunden und Bestellungen

Kundendaten, Bestellabwicklung, Rückmeldung von Versand und Rechnung sowie Gutscheine.

Kunden

Kunden können in beide Richtungen entstehen: Bestehende SelectLine-Kunden werden in den Shop übertragen, damit sie sich dort anmelden und ihre Preise sehen. Und Kunden, die im Shop bestellen, werden in der SelectLine angelegt.

Kunden in den Shop übertragen

Aufgabe	Umfang
geänderte Kunden exportieren	Kunden, die seit dem letzten Lauf bearbeitet wurden
alle Kunden exportieren	alle Kunden

Übertragen wird ein Kunde, wenn das Kundenkennzeichen des Verkaufskanals gesetzt ist — siehe Verkaufskanal.

> Ist ein Kunde in keinem Verkaufskanal freigegeben, existiert aber im Shop, wird er dort deaktiviert. Er kann sich dann nicht mehr anmelden, seine Bestellhistorie bleibt aber erhalten.

Bei mehreren Verkaufskanälen zählt der **erste** Kanal, dessen Kundenkennzeichen gesetzt ist. Mit diesem Kanal wird der Kunde angelegt und standardmäßig auch fest an ihn gebunden — er kann sich dann nur dort anmelden. Ist am Kanal **Kunden an Verkaufskanal binden** abgewählt, bleibt die Bindung unangetastet und der Kunde kann sich in jedem Kanal des Shops anmelden.

Pflichtangaben

Ein Kunde wird übersprungen, wenn eine dieser Angaben fehlt:

E-Mail-Adresse, Vorname, Name, PLZ, Ort, Straße und ein Land, das der Shop kennt.

> Das trifft in der Praxis viele Firmenkunden, bei denen nur die Firma gepflegt ist. Shopware verlangt an der Adresse Vor- und Nachnamen — ohne diese Angaben kommt der Datensatz

nicht in den Shop. Die übersprungenen Kunden stehen mit Nummer im Protokoll und sind damit eine gute Arbeitsliste für die Datenpflege.

Was übertragen wird

Im Shop	Aus der SelectLine
Name, Vorname, Firma	Kundenstamm
E-Mail	Kundenstamm
Anrede	über die Bezeichnung, sonst „keine Angabe"
Rechnungs- und Lieferadresse	die Adresse des Kunden
Kundengruppe	über die Bezeichnung der SelectLine-Kundengruppe
Zahlungsart	über die Zuordnung der Zahlungsbedingungen
Geschäftskunde und USt-IdNr.	wenn keine Privatperson und Steuernummer vorhanden
Preis- und Rabattgruppe	als Zusatzfeld, für die Preisregeln
Freie Felder und Extrafelder	als Zusatzfelder
Aktiv	keine Belegsperre, nicht inaktiv, Kennzeichen gesetzt

Übertragen wird genau eine Adresse, die im Shop gleichzeitig als Liefer- und Rechnungsadresse dient. Weitere Adressen aus der SelectLine kommen nicht mit — abweichende Lieferadressen gibt der Kunde im Shop selbst ein.

Die Preis- und Rabattgruppe ist nicht nur Information: An diesen Feldern hängen die Preisregeln, die dem angemeldeten Kunden seine Preise zeigen. Siehe Preise.

Kundengruppen

Für jede SelectLine-Kundengruppe wird im Shop eine Kundengruppe gleichen Namens angelegt, sofern sie fehlt.

Die Zuordnung läuft über den Namen. Wird eine Kundengruppe in der SelectLine umbenannt, entsteht im Shop eine zweite Gruppe, und die Kunden wandern dorthin — die alte bleibt mitsamt ihren Rechten und Preiszuordnungen zurück. Umbenennungen sollten deshalb im Shop nachgezogen werden.

Die Kundennummer

Für die Verbindung zwischen SelectLine-Kunde und Shop-Kunde gibt es zwei Wege.

Getrennte Nummern (Voreinstellung): Die SelectLine führt in einem eigenen Feld — üblicherweise `Shopnummer` — die Nummer des Shop-Kunden. Beim Anlegen wird sie zurückgeschrieben.

Gleiche Nummer: Über die Einstellung **SW Kundennummer in der SL verwenden** nutzen beide Systeme dieselbe Nummer. Das ist einfacher, setzt aber voraus, dass sich die Nummernkreise nicht überschneiden.

> Diese Einstellung darf nach dem Produktivstart nicht mehr geändert werden. Alle Verknüpfungen hängen daran, auch die Bedingungen der Kundenpreisregeln.

Kunden aus Bestellungen

Bestellt jemand im Shop, der in der SelectLine noch nicht existiert, wird er angelegt. Als Vorlage dient der Shopkunde des Verkaufskanals — dessen Vorbelegungen werden übernommen und mit den Bestelldaten überschrieben. Nicht übernommen werden E-Beleg-Ausgabe und Leitweg-ID des Shopkunden: Sie gehören zum einzelnen Kunden, siehe *E-Rechnung bei neuen Kunden* weiter unten.

Gesucht wird der bestehende Kunde in dieser Reihenfolge:

1. über die Shop-Kundennummer im Kundenstamm
2. über die E-Mail-Adresse — im Kundenstamm und in den CRM-Adressen
3. kein Treffer: der Kunde wird neu angelegt

> Weil die E-Mail-Adresse als zweites Kriterium gilt, laufen zwei SelectLine-Kunden mit derselben E-Mail auf denselben Shop-Kunden zusammen. In Betrieben mit einer Sammeladresse für mehrere Ansprechpartner lohnt hier ein Blick.

Übernommen werden Anrede, Firma, Name, Adresse, Telefon, E-Mail, USt-IdNr. und Geburtsdatum. Die Kunden-Zusatzfelder aus dem Shop werden in die passenden SelectLine-Felder zurückgeschrieben. Ausgenommen sind die SelectLine-Nummer und die Rabattgruppe: Beide pflegt die SelectLine, FINN.ghost überträgt sie nur in den Shop.

Ein bestehender Kunde wird mit jeder Bestellung aktualisiert. Hat der Kunde im Shop seine USt-IdNr. oder einen Adresszusatz gelöscht, wird das Feld auch in der SelectLine geleert. Die übrigen

Felder werden nur überschrieben, wenn die Bestellung einen Wert mitbringt — eine leere Telefonnummer etwa lässt die gepflegte Nummer stehen.

> Kundendaten fließen nur mit einer Bestellung zurück. Ändert jemand sein Kundenkonto im Shop, ohne zu bestellen, kommt davon in der SelectLine nichts an.

Sonderfälle

Kein Kundenkonto anlegen

Alle Bestellungen laufen auf den Shopkunden. Sinnvoll für Shops, in denen keine Kundenpflege im ERP gewünscht ist.

Bei Gastbestellung soll ein Kundenkonto angelegt werden

Standardmäßig landen Gastbestellungen auf dem Shopkunden. Mit dieser Einstellung entsteht auch für Gäste ein eigener Kunde in der SelectLine.

Kunden in SL nicht aktualisieren

Bestehende Kunden werden beim Bestellimport nicht überschrieben. Sinnvoll, wenn die Kundendaten im ERP als führend gelten und im Shop geänderte Adressen nicht zurückfließen sollen.

USt-ID im Kundenstamm nicht aus dem Shop ändern

USt-IdNr., Kontengruppe und Kennzeichen Privatperson eines bestehenden Kunden bleiben so, wie sie in der SelectLine gepflegt sind; alle anderen Kundendaten werden weiter aktualisiert. Eine abweichende USt-IdNr. aus der Bestellung steht im Protokoll und — mit der folgenden Einstellung — im Journal, damit sie geprüft und von Hand übernommen werden kann.

>

> Der Beleg bekommt in jedem Fall die USt-IdNr. aus der Bestellung, nicht die aus dem Kundenstamm. Beleg und Bestellung passen damit zusammen — auch zur Steuer, die der Shop berechnet hat.

Abweichende Kundendaten im Journal vermerken

Weichen USt-IdNr., Land oder Firma der Bestellung vom bisherigen Kundenstamm ab, legt der Import eine Notiz im Journal an — am Kunden und am Beleg. Sie nennt je Angabe den bisherigen und den neuen Wert und sagt, ob er in den Kundenstamm übernommen wurde. Nicht übernommen wird mit *USt-ID im Kundenstamm nicht aus dem Shop ändern* oder *Kunden in SL nicht aktualisieren* . Ist die USt-IdNr. betroffen, erinnert die Notiz daran, die Umsatzsteuer im Beleg vor der Rechnung zu prüfen.

> Was nicht übernommen wird, weicht auch bei der nächsten Bestellung wieder ab und erzeugt erneut eine Notiz — bis der Kundenstamm angepasst ist. Ins Protokoll kommen Abweichungen auch ohne diese Einstellung.

Keine neuen Kunden im Shop anlegen

Beim Kundenexport werden nur bestehende Shop-Kunden aktualisiert, keine neuen angelegt.

Bei Firmenkunden den Besteller als Ansprechpartner anlegen

Ist in der Bestellung eine Firma angegeben, wird die bestellende Person beim Kunden als Ansprechpartner geführt — mit Anrede, Name, E-Mail und Telefon aus der Bestellung. Gibt es dort schon einen Ansprechpartner mit derselben E-Mail, wird dieser aktualisiert statt ein zweiter angelegt. Der Ansprechpartner wird außerdem im Beleg eingetragen.

> Mit *Kunden in SL nicht aktualisieren* bleibt ein vorhandener Ansprechpartner unverändert; er wird nur im Beleg eingetragen. Neue Ansprechpartner werden trotzdem angelegt.

> Lässt sich der Ansprechpartner nicht speichern, wird die Bestellung trotzdem importiert — ohne Ansprechpartner im Beleg. Der Fehler steht im Protokoll.

E-Rechnung bei neuen Kunden

Mit **E-Rechnung bei neuen Kunden einrichten** stellt der Bestellimport bei jedem Kunden, den er neu anlegt, die E-Beleg-Ausgabe im Kundenstamm ein. Rechnungen an diese Kunden gehen dann ohne weitere Pflege als E-Rechnung hinaus.

Einstellung	Bedeutung	Vorgabe
Format	Versandformat der E-Beleg-Ausgabe; verschickt wird an die E-Mail-Adresse aus dem Kundenstamm	ZUGFeRD (XRechnung) PDF per E-Mail
Belegtypen	Belegarten, für die das Format gilt	Rechnung und Gutschrift
Länder	nur Kunden mit diesem Länderkennzeichen; leer: alle Länder	DE
Nur Firmenkunden	nur Kunden, die keine Privatperson sind und eine Firma haben	an
Leitweg-ID	Kundennummer oder Fibukonto (Personenkonto) des Kunden, oder nicht eintragen; die XRechnung verlangt eine Leitweg-ID als Käuferreferenz	Kundennummer

Mit *Fibukonto* gilt das Fibukonto, das der Kunde nach der Anlage hat. Hat der Shopkunde kein Fibukonto, bekommt ein neuer Kunde seine Kundennummer als Fibukonto — die Leitweg-ID ist dann ebenfalls die Kundennummer.

> Hat der Shopkunde ein Fibukonto, übernehmen es alle neuen Kunden — und bekommen mit *Fibukonto* auch alle dieselbe Leitweg-ID. Dann ist *Kundennummer* die bessere Wahl.

> Die SelectLine liest die E-Beleg-Ausgabe erst, wenn ein Beleg ausgegeben wird. Wird ein Kunde nachträglich gepflegt, gilt das auch für Aufträge und Rechnungen, die schon angelegt sind — sie müssen nicht neu erfasst werden.

> Bestehende Kunden fasst die Einstellung nicht an, auch nicht bei weiteren Bestellungen. Ihre E-Beleg-Ausgabe wird im Kundenstamm gepflegt.

Fehlt beim Kunden die E-Mail-Adresse oder das Fibukonto oder lässt sich ein Belegtyp nicht einstellen, wird die Bestellung trotzdem importiert; der Hinweis steht im Protokoll. Das Makro *Kunde angelegt* des Verkaufskanals läuft danach und kann die Einstellung noch anpassen.

>

> Für ZUGFeRD und XRechnung braucht die SelectLine außerdem eine Druckvorlage für die E-Rechnung. Das gehört zur Einrichtung der E-Rechnung in der SelectLine, nicht zu FINN.ghost.

> Bisher gab es hier nur den Schalter *E-Rechnungs E-Mail bei Kunden eintragen*. Wer ihn eingeschaltet hatte, behält das bisherige Verhalten: PDF per E-Mail für die Rechnung, bei allen neuen Kunden. Anders als bisher bleibt die Einstellung bei weiteren Bestellungen des Kunden unangetastet.

Weiter

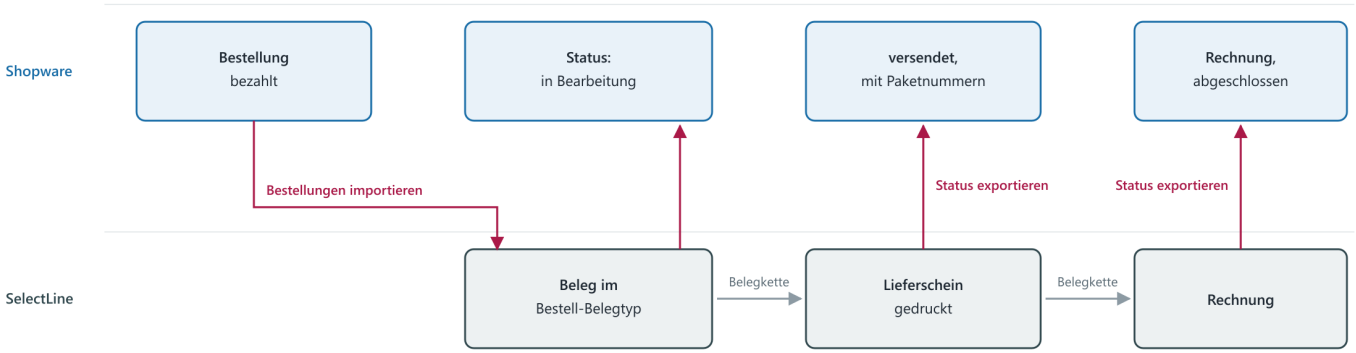
Bestellungen

Bestellungen

Die Aufgabe **Bestellungen importieren** holt bezahlte Bestellungen aus dem Shop und legt sie als Beleg in der SelectLine an.

Der Weg einer Bestellung

Oben der Shop, unten die SelectLine. Die roten Pfeile sind Aufgaben der Zeitsteuerung.



Nach dem Import steht die Bestellung im Shop auf „in Bearbeitung" und wird nicht erneut abgeholt.

Welche Bestellungen abgeholt werden

Abgeholt wird eine Bestellung, wenn sie im Shop den Status **offen** hat und ihre Zahlung bestätigt ist. Sobald FINN.ghost sie verarbeitet hat, setzt die Schnittstelle sie im Shop auf **in Bearbeitung**; damit ist sie erledigt und wird nicht erneut geholt.

Für Zahlungsarten ohne Zahlungsbestätigung — Rechnung, Nachnahme — muss der Haken *Import* gesetzt sein, siehe Zahlungs- und Versandarten.

> Eine Bestellung, deren Zahlung im Shop noch aussteht, bleibt liegen und wird beim nächsten Lauf erneut geprüft. Das ist gewollt: So gelangen unbezahlte Bestellungen nicht in die Auftragsbearbeitung.

Welcher Beleg entsteht

Der Belegtyp richtet sich nach der Zahlungsart: Vorkasse-Zahlarten gehen in den Belegtyp Vorkasse, alle anderen in den Belegtyp Bestellungen. Beides wird pro Verkaufskanal eingestellt.

Der Beleg trägt die Shop-Bestellnummer im Feld **Ihr Auftrag**, mit dem Vorsatz `sw6_`. Daran erkennt die Schnittstelle den Beleg später wieder, und daran findet man in der SelectLine die Bestellung zu einer Shop-Nummer.

Das Kürzel lässt sich unter *Belege* ändern, etwa wenn mehrere Shops in denselben Mandanten importieren. Erlaubt sind Buchstaben, Ziffern und Bindestrich; der Unterstrich als Trenner kommt immer dazu.

> Das Kürzel nach dem Produktivstart nicht mehr ändern. Belege mit dem alten Kürzel erkennt die Schnittstelle danach nicht mehr: Versand, Rechnung und Zahlungseingang werden für sie nicht mehr an den Shop gemeldet.

Was im Belegkopf landet

Im Beleg	Aus der Bestellung
Ihr Auftrag	Bestellnummer mit Vorsatz `sw6_` (einstellbar)
Kunde und Rechnungsadresse	Rechnungsadresse der Bestellung
Lieferadresse	nur wenn sie von der Rechnungsadresse abweicht, siehe unten
Währung	Währung der Bestellung
Preistyp	brutto, netto oder steuerfrei, je nach Bestellung
Zahlungsbedingung, Bankbezug	über die Zuordnung der Zahlungsarten
Lieferbedingung	über die Zuordnung der Versandarten
Kopftext	Kundenkommentar aus dem Shop
Zahlungsreferenz	Referenz des Zahlungsdienstleisters

> Namen und Firmenbezeichnungen werden auf die Feldlängen der SelectLine gekürzt: Firma und Nachname auf 80, Vorname auf 40 Zeichen.

Bei EU-Lieferungen wird zusätzlich die passende Kontengruppe gesetzt — abhängig vom Lieferland und davon, ob eine USt-IdNr. vorliegt.

Die USt-IdNr. im Beleg ist die aus der Bestellung. Hat der Kunde im Shop keine angegeben, bleibt sie im Beleg leer, auch wenn im Kundenstamm eine steht. Bei der Übergabe in Lieferschein und

Rechnung wird sie mitgenommen.

Lieferadresse

Wählt der Kunde im Shop eine eigene Lieferadresse, wird sie in den Beleg übernommen. Liefert er an seine Rechnungsadresse, schickt die Schnittstelle keine Lieferadresse mit. Die SelectLine trägt dann — wie bei einem von Hand erfassten Beleg — die **Standard-Lieferadresse** aus dem Kundenstamm ein, sofern dort eine hinterlegt ist.

> Diese Standard-Lieferadresse sieht der Kunde im Shop nicht: Übertragen wird nur eine Adresse, die dort zugleich Rechnungs- und Lieferadresse ist (siehe Kunden). Ändert er sie im Shop, etwa nach einem Umzug, landet die neue Adresse im Kundenstamm als Rechnungsadresse — geliefert wird aber weiter an die alte Standard-Lieferadresse.

Lieferadresse immer aus dem Shop übernehmen

Mit dieser Einstellung kommt die Lieferadresse immer aus der Bestellung, auch wenn sie der Rechnungsadresse entspricht. Die Standard-Lieferadresse aus der SelectLine wird für Shop-Bestellungen dann nicht mehr verwendet.

> Sinnvoll, wenn der Shop für die Adressen maßgeblich ist. Haben Kunden in der SelectLine bewusst eine abweichende Standard-Lieferadresse, geht ihre Ware nach dem Einschalten an die Adresse aus dem Shop — vorher prüfen, welche Kunden das betrifft.

Zusätzliche Felder im Beleg

Auf Wunsch werden nach der Beleganlage weitere Angaben nachgetragen:

Angabe	Zweck
Shop-Kundennummer	Nachvollziehbarkeit, welcher Shop-Kunde bestellt hat
Bestell-E-Mail	Versand von Belegen an die im Shop hinterlegte Adresse
Affiliate-Code	Auswertung von Partner- und Werbekanälen

Welche Belegfelder dafür verwendet werden, wird bei der Einrichtung festgelegt.

Zusatzfelder der Bestellung

Fragt der Shop beim Bestellen eigene Angaben ab — etwa die Bestellnummer des Kunden, Kommission, Kostenstelle oder eine Adresse für die E-Rechnung —, lassen sich diese Zusatzfelder unter *Belege* je einem Textfeld des Belegs zuordnen. Übernommen wird nur, was in der Bestellung ausgefüllt ist. Zu lange Werte werden auf die Feldlänge gekürzt und im Protokoll vermerkt.

> Ist dasselbe Belegfeld auch für die Bestell-E-Mail gewählt, gilt das Zusatzfeld, sofern es ausgefüllt ist. Bleibt es leer, steht im Beleg weiter die Bestell-E-Mail.

Positionen

Jede Position der Bestellung wird zu einer Belegposition. Positionen ohne Artikelnummer — Rabatte, Promotionen — werden auf den Promotion-Artikel gebucht.

> Ist kein Promotion-Artikel hinterlegt, werden solche Positionen stillschweigend übersprungen und der Beleg ist teurer als die Bestellung. Das ist die häufigste Ursache für Betragsabweichungen. Siehe Zahlungs- und Versandarten.

Zusatzangaben zu einer Position — etwa aus einem Konfigurator im Shop — werden als Memo an die Position geschrieben.

Versandkosten

Fallen Versandkosten an, entsteht eine zusätzliche Position auf dem Versandartikel mit der Bezeichnung *Versandkosten*. Der Steuersatz richtet sich nach dem überwiegenden Warenwert der Bestellung; liegt dieser im ermäßigten Bereich, wird der ermäßigte Versandartikel verwendet.

Doppelte Bestellungen

Existiert zu einer Bestellnummer schon ein Beleg, wird die Bestellung übersprungen und im Protokoll vermerkt.

Für den Fall eines abgebrochenen Imports gibt es das **Feld für ImportCheck im Beleg**. Es wird am Ende eines erfolgreichen Imports gesetzt. Ein Beleg, bei dem es fehlt und der noch im Status *offen* ist, gilt als unvollständig und wird beim nächsten Lauf neu aufgebaut.

>

> Ohne dieses Feld lässt sich ein halb fertiger Beleg nicht von einem fertigen unterscheiden.Es einzurichten ist deshalb dringend zu empfehlen.

Wenn beim Import etwas schiefgeht

Jede Bestellung wird für sich verarbeitet. Läuft eine auf einen Fehler, wird der angefangene Beleg wieder gelöscht und die nächste Bestellung bearbeitet. Der Fehler steht im Protokoll.

> Ein Sonderfall verdient Aufmerksamkeit: Tritt der Fehler erst **nach** dem Statuswechsel im Shop auf — etwa in einem Makro —, ist die Bestellung im Shop schon „in Bearbeitung" und wird nie wieder abgeholt. Sie fehlt dann dauerhaft in der SelectLine. Wie man das findet, steht unter Wenn etwas nicht im Shop ankommt.

Weiter

Versand und Rechnung zurückmelden

Versand und Rechnung zurückmelden

Die Aufgabe **Status exportieren** meldet den Fortschritt aus der SelectLine an den Shop zurück. Der Kunde sieht damit in seinem Konto, was mit seiner Bestellung passiert.

Vier Dinge werden gemeldet, jedes für sich und unabhängig voneinander:

1. Versand und Paketnummern
2. Rechnung als PDF
3. Abschluss der Bestellung
4. Zahlungseingang bei Vorkasse

Berücksichtigt werden nur Belege, die aus dem Shop stammen. Von Hand erfasste Belege bleiben unberührt.

Versand und Paketnummern

Erreicht ein Beleg den **Belegtyp Versand** — üblicherweise den Lieferschein —, passiert zweierlei: Die Paketnummern aus der Paketverwaltung werden an die Lieferung im Shop übertragen, und die Bestellung wird als versendet markiert. Shopware zeigt dem Kunden daraufhin seine Sendungsnummer.

Versandbeleg muss gedruckt sein

Voreingestellt und sinnvoll: Gemeldet wird erst, wenn der Lieferschein gedruckt ist.

> Ohne diese Einstellung würde jeder angelegte, noch nicht gedruckte Lieferschein bereits als Versand gemeldet — der Kunde bekäme die Versandbestätigung, bevor die Ware das Haus verlässt.

Nur Lieferstatus senden, wenn Paketnummer vorhanden

Meldet den Versand erst, wenn mindestens eine Paketnummer erfasst ist. Sinnvoll, wenn Kunden die Sendungsnummer erwarten.

> Gemeldet wird die erste Lieferung der Bestellung. Bei Teillieferungen mit mehreren Lieferungen im Shop bleibt es bei einer Versandmeldung.

Rechnung als PDF

Ist beim Verkaufskanal eine **Archiv Druckvorlage** hinterlegt, lädt FINN.ghost das archivierte Rechnungs-PDF aus der SelectLine in den Shop. Der Kunde findet in seinem Konto damit das Originaldokument — gleiche Nummer, gleiches Layout, kein zweites Rechnungsbild.

Voraussetzung ist, dass die Rechnung archiviert wird und der FINN.ghost-Dienst den Archivpfad lesen kann.

> Liegt das Archiv auf einem Netzlaufwerk, darf der Dienst nicht unter dem lokalen Systemkonto laufen — sonst fehlen ihm die Zugriffsrechte und die PDFs kommen nicht im Shop an.

Alternativ erzeugt Shopware die Rechnung selbst und übernimmt nur die Belegnummer. Dafür bleibt die Archiv-Druckvorlage leer und **Rechnungen in SW erstellen** wird aktiviert.

Abschluss der Bestellung

Erreicht ein Beleg den **Belegtyp Rechnung**, wird die Bestellung im Shop abgeschlossen. Voraussetzung: Die Bestellung steht im Shop auf *in Bearbeitung*.

> Steht die Bestellung in einem anderen Status — etwa weil sie im Shop von Hand geändert wurde —, unterbleibt der Abschluss und das Protokoll weist darauf hin.

Zahlungseingang bei Vorkasse

Ist ein Vorkassebeleg in der SelectLine als gezahlt verbucht, markiert FINN.ghost die Bestellung im Shop als bezahlt. Der Kunde sieht, dass seine Überweisung angekommen ist.

E-Mails an den Kunden

Bestell-E-Mails versenden

Legt fest, ob Shopware bei diesen Statuswechseln seine Standard-E-Mails verschickt. Voreingestellt ist **aus** — sinnvoll, wenn die Kundenkommunikation über die SelectLine läuft und Doppelmeldungen vermieden werden sollen.

Erster Lauf nach der Einrichtung

Beim allerersten Lauf wird nichts rückwirkend gemeldet. Die Schnittstelle merkt sich ab diesem Zeitpunkt, was neu ist.

> Das ist Absicht: Sonst würde die Inbetriebnahme alle historischen Belege an den Shop melden und Kunden alte Versandbestätigungen erhalten.

Weiter

Gutscheine

Gutscheine

Gutscheine sind der einzige Bereich, der in **beide Richtungen** abgeglichen wird. Ein Guthaben soll im Laden und im Shop gleichermaßen verwendbar sein, deshalb müssen beide Systeme denselben Restwert kennen.

Voraussetzungen

Voraussetzung	Hinweis
Shopware-Plugin	*EasyCoupon* muss im Shop installiert sein
Gutschein Artikel	ein SelectLine-Artikel, über den Gutscheine verbucht werden

> Ohne hinterlegten Gutscheinartikel läuft der Abgleich nicht. Er wird unter **Shopware 6 → Einstellungen → Zuordnung** ausgewählt.

Was abgeglichen wird

Fall	Ergebnis
Gutschein in der SelectLine, nicht im Shop	wird im Shop angelegt, mit dem aktuellen Restwert
Gutschein im Shop, nicht in der SelectLine	wird in der SelectLine angelegt, mit dem aktuellen Restwert
Restwert weicht ab	die neuere Änderung gewinnt

Der Abgleich blickt bewusst einige Tage über den letzten Lauf zurück, damit Bewegungen aus beiden Systemen sicher erfasst werden.

Wie Abweichungen aufgelöst werden

Es gewinnt der **neuere Stand**. Wurde der Gutschein zuletzt in der SelectLine verändert, wird der Shop angepasst; wurde er im Shop eingelöst, wird der Restwert in der SelectLine korrigiert.

> Wurde derselbe Gutschein innerhalb desselben Abgleichintervalls in beiden Systemen bewegt, gewinnt eine Seite vollständig — die andere Bewegung ist verloren. Bei Gutscheinen, die parallel im Laden und im Shop eingelöst werden können, sollte der Abgleich deshalb häufig laufen.

Zusammenspiel mit dem Bestellimport

Löst ein Kunde im Shop einen Gutschein ein, muss dieser in der SelectLine bekannt sein.

> Findet der Bestellimport den eingelösten Gutschein nicht im SelectLine-Gutscheinstamm, wird der gerade angelegte Beleg **wieder gelöscht** und die Bestellung übersprungen. Der Grund steht im Protokoll.

Daraus folgt eine wichtige Regel für den Zeitplan: Der Gutscheinabgleich muss **mindestens so häufig** laufen wie der Bestellimport. Läuft er nur nachts, während Bestellungen alle fünf Minuten geholt werden, scheitern Bestellungen mit einem tagsüber gekauften Gutschein den ganzen Tag über — bis der Abgleich nachts durchläuft.

Vollständig eingelöste Gutscheine werden in der SelectLine als nicht mehr einlösbar gekennzeichnet.

Gutscheinkauf im Shop

Kauft ein Kunde im Shop einen Gutschein, entsteht im Beleg eine Position auf dem Gutscheinartikel mit dem Gutscheincode in der Bezeichnung. Der Gutschein selbst wird beim nächsten Abgleich in der SelectLine angelegt.

Was der Abgleich nicht kann

Einschränkung	Bedeutung

Löschen	ein in einem System gelöschter Gutschein bleibt im anderen bestehen
Gültigkeitsdatum rückwärts	im Shop angelegte Gutscheine erhalten in der SelectLine keine Befristung
Nicht bezahlte Gutscheine	im Shop gekaufte, aber unbezahlte Gutscheine kommen nicht mit — richtig, denn sie sind noch kein Guthaben

Weiter

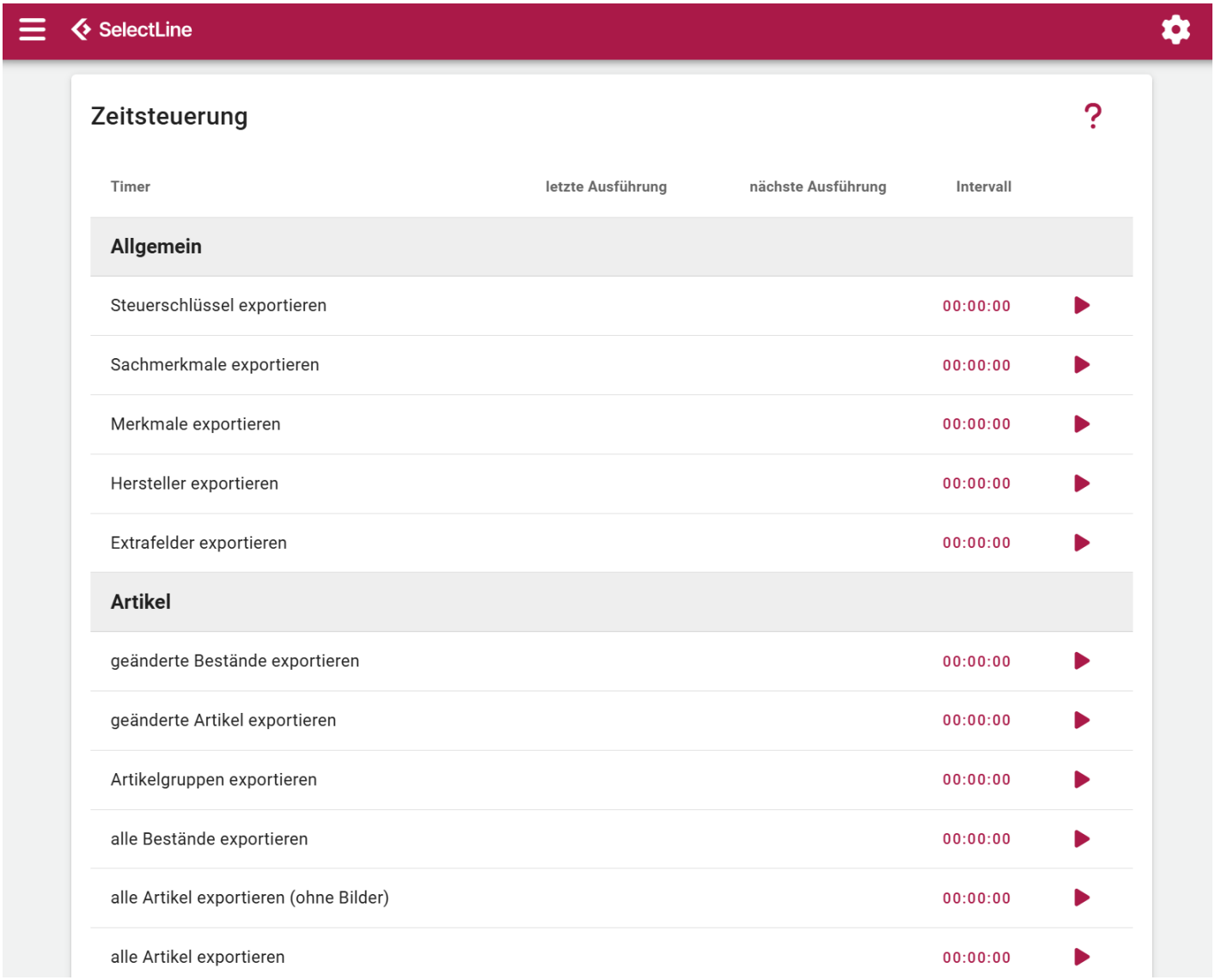
Zeitplan der Übertragungen

Laufender Betrieb

Zeitplan der Übertragungen, Vorgehen bei fehlenden Daten und häufige Fragen.

Zeitplan der Übertragungen

Unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung** wird festgelegt, wie oft jede Aufgabe läuft. Auf derselben Seite stehen das Protokoll, der Zeitpunkt der letzten Ausführung und der nächste geplante Termin.



Intervall oder feste Uhrzeit

Zu jeder Aufgabe wird ein Abstand eingestellt. Alternativ lässt sich eine **feste Uhrzeit** vereinbaren — die richtige Wahl für alles, was nur einmal am Tag laufen soll.

> Praktisch nutzbar sind Abstände in Minuten unterhalb einer Stunde sowie volle Stunden. Krumme Werte darüber, etwa 90 Minuten, werden auf die volle Stunde abgerundet.

Die Aufgaben laufen nacheinander

Das ist der wichtigste Punkt bei der Planung: Aufgaben laufen **nicht gleichzeitig**. Startet eine, während eine andere arbeitet, wartet sie.

> Läuft ein Vollexport aller Artikel drei Stunden, warten in dieser Zeit alle anderen Aufgaben — auch der Bestellimport. Vollexporte gehören daher auf eine feste Uhrzeit in der Nacht und nicht in ein Intervall.

Ein Start von Hand über die Oberfläche umgeht das Warten und läuft sofort.

Betriebszeiten

Zusätzlich lässt sich ein Zeitfenster festlegen, in dem überhaupt übertragen wird, und die Zeitsteuerung insgesamt anhalten.

> Läufe, die außerhalb des Fensters fällig wären, werden übersprungen und nicht nachgeholt.

Empfehlung für einen mittelgroßen Shop

Aufgabe	Empfehlung	Begründung
Bestellungen importieren	alle 5 Minuten	Bestellungen sollen zeitnah im ERP stehen
geänderte Bestände exportieren	alle 5 Minuten	häufigste Änderung im Tagesgeschäft
Status exportieren	alle 10 Minuten	Versand- und Rechnungsmeldungen sind nicht sekundenkritisch
Gutscheine synchronisieren	alle 15 Minuten	muss mindestens so häufig wie der Bestellimport laufen

Aufgabe	Empfehlung	Begründung
geänderte Artikel exportieren	alle 15 Minuten	umfasst Preise, Texte und Bilder, deutlich teurer
geänderte Kunden exportieren	stündlich	
Artikelgruppen exportieren	nachts, feste Zeit	ändert sich selten
Merkmale und Sachmerkmale exportieren	nachts, feste Zeit	laufen über den gesamten Bestand
Hersteller exportieren	nachts, feste Zeit	
Extrafelder exportieren	nachts, feste Zeit	nur bei Strukturänderungen relevant
alle Bestände exportieren	nachts, feste Zeit	Korrekturlauf
alle Artikel exportieren (ohne Bilder)	nachts, feste Zeit	Korrekturlauf
alle Artikel exportieren	nur von Hand	läuft je nach Artikelzahl viele Stunden

Warum die nächtlichen Korrekturläufe wichtig sind

Der Änderungslauf erkennt Artikel daran, dass sich der Artikelstamm geändert hat. Ändert man nur einen Preis, eine Mengenstaffel oder eine Fremdbezeichnung, ohne den Artikel selbst anzufassen, bleibt das unbemerkt.

> Ohne die nächtlichen Vollläufe können solche Änderungen dauerhaft im Shop fehlen. *Alle Artikel exportieren (ohne Bilder)* und *alle Bestände exportieren* sind deshalb kein Luxus, sondern gehören in jeden Zeitplan.

Eine Änderung sofort im Shop sehen

Die betreffende Aufgabe unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung** von Hand starten. Für einen einzelnen Artikel genügt *geänderte Artikel exportieren* — er ist ja gerade geändert worden und damit im Umfang enthalten.

Was im Protokoll steht

Das Protokoll zeigt den Fortschritt, übersprungene Datensätze und Fehler.

> Ein Lauf gilt als erfolgreich beendet, auch wenn alle Datensätze übersprungen wurden. Der Abschluss allein ist also kein Nachweis dafür, dass alles im Shop angekommen ist — dafür muss man ins Protokoll schauen.

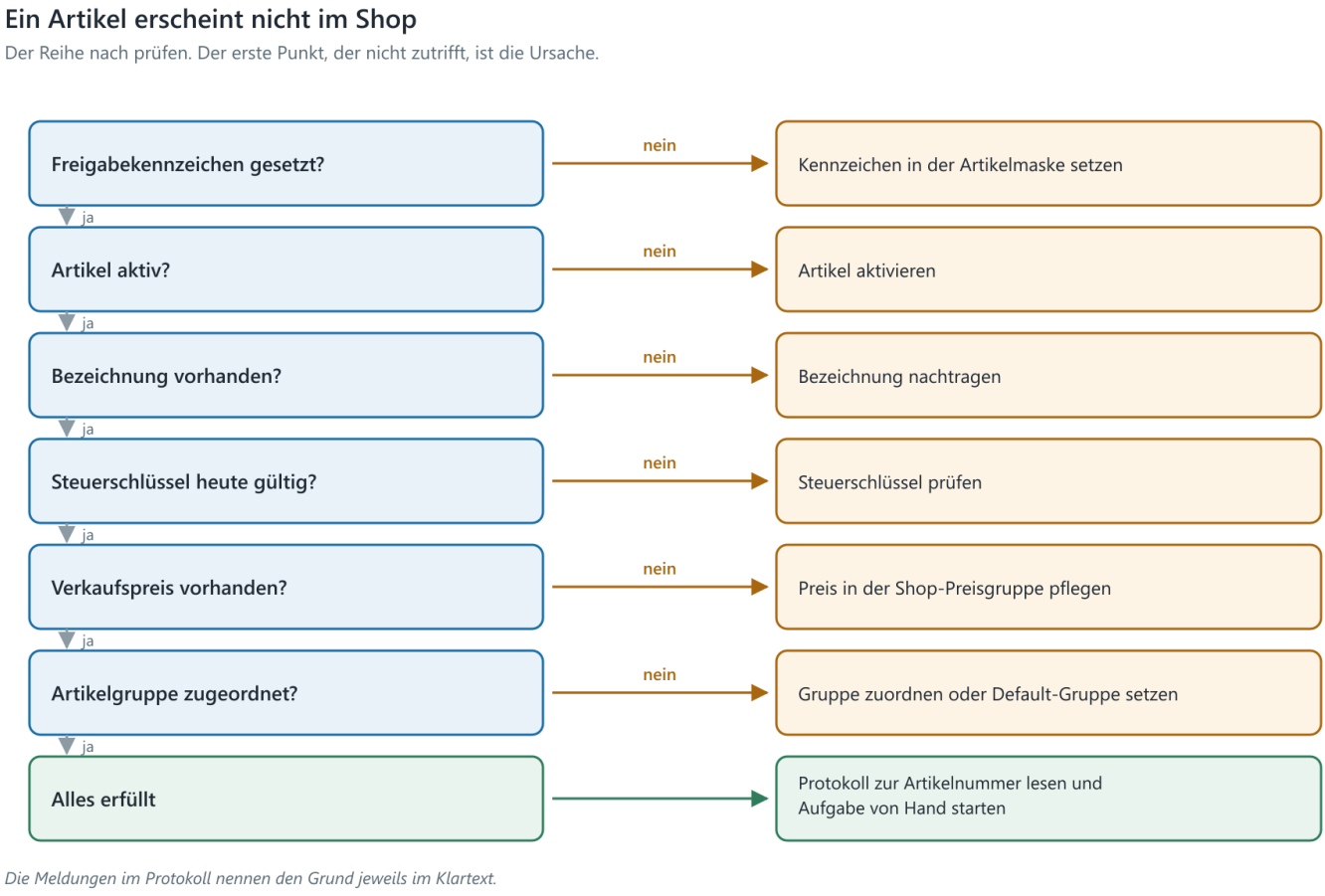
Übersprungene Artikel und Kunden erscheinen mit Nummer und Grund. Diese Meldungen sind keine Fehler, sondern eine Arbeitsliste für die Datenpflege. Siehe Wenn etwas nicht im Shop ankommt.

Laufender Betrieb

Wenn etwas nicht im Shop ankommt

Die meisten Fälle lassen sich in wenigen Minuten selbst klären. Diese Seite geht die häufigsten Situationen der Reihe nach durch.

Ein Artikel fehlt im Shop



Die Meldungen im Protokoll nennen den Grund jeweils im Klartext.

Der Reihe nach prüfen:

1. Ist das Freigabekennzeichen gesetzt?

In der Artikelmaske das bei der Einrichtung vereinbarte Kennzeichen prüfen. Das ist mit Abstand die häufigste Ursache.

2. Ist der Artikel inaktiv?

Inaktive Artikel gehen nicht in den Shop.

3. Läuft die Aufgabe überhaupt?

Unter **Shopware 6 → Zeitsteuerung** nachsehen, ob *geänderte Artikel exportieren* ein Intervall hat und wann sie zuletzt gelaufen ist. Steht die Aufgabe dauerhaft auf wartend, blockiert ein großer Lauf.

4. Was sagt das Protokoll?

Im Protokoll nach der Artikelnummer suchen. Die Meldungen nennen den Grund direkt:

Meldung im Protokoll enthält	Bedeutung
keine Bezeichnung	die Artikelbezeichnung ist leer
ist nicht ShopAktiv	Freigabekennzeichen nicht gesetzt
ist Inaktiv	Artikel ist inaktiv
kein SSV	kein zum heutigen Datum gültiger Steuerschlüssel
kein Preis	kein Verkaufspreis in der eingestellten Preisgruppe
kein Bestand	Lagerartikel ohne Bestand, und Artikel ohne Bestand sind ausgeschlossen
Artikelgruppe … nicht gefunden	keine Kategorie ermittelbar und keine Default-Artikelgruppe gesetzt

5. Artikel gezielt übertragen

Nach der Korrektur *geänderte Artikel exportieren* von Hand starten und das Protokoll mitlesen.

Der Artikel ist im Shop, aber nicht auffindbar

Prüfen, ob im Shopware-Backend am Artikel alles korrekt hinterlegt ist. Ist es das, liegt es fast immer am Suchindex.

> Voreingestellt verzichtet die Schnittstelle während der Übertragung auf die Neuberechnung des Shopware-Index, weil das große Läufe erheblich beschleunigt. Bis Shopware den Index nachzieht, können Artikel in Suche und Listen veraltet erscheinen. Wer das nicht möchte, stellt *Indizierung in Shopware* auf *Über die Warteschlange* — siehe Shopdaten.

Zweite Möglichkeit: Die Sichtbarkeit steht auf *Suche* oder *Link* statt auf *Überall* — siehe Verkaufskanal.

Bestand oder Preis stimmen im Backend, aber nicht im Frontend

Typisches Bild: Die Änderung aus der SelectLine steht im Shopware-Backend korrekt am Artikel, der Shop zeigt im Frontend aber weiter den alten Wert — und nach einem kompletten Cache-Clear stimmt es wieder.

Das ist kein Übertragungsfehler. Shopware wirft die betroffenen Seiten beim **Indizieren** aus dem Cache. Setzt die Schnittstelle die Indizierung aus, unterbleibt damit auch die Invalidierung: der Datensatz ist neu, die ausgelieferte Seite bleibt die alte.

Abhilfe: das Feld **Indizierung in Shopware** auf *Über die Warteschlange* stellen — siehe Shopdaten. Shopware indiziert dann über seine Warteschlange nach und erneuert dabei den Cache, ohne dass die Übertragung langsamer wird.

> Bleibt es auch dann bei veralteten Seiten, arbeitet der Shop seine Warteschlange nicht ab. Dann prüfen, ob dort ein Dienst dafür läuft (`messenger:consume`) oder nur der Admin-Worker eingerichtet ist — der läuft lediglich, solange jemand im Backend angemeldet ist.

Nach dem Bildexport zeigt der Shop Platzhalter

Beim Bildexport löscht die Schnittstelle die alten Bilder des Artikels und lädt die neuen hoch. Bis Shopware den Artikel neu indiziert, verweist das Listing noch auf die gelöschten Bilder und zeigt

Platzhalter. Die Schnittstelle lässt Artikel mit geänderten Bildern deshalb sofort indizieren, auch wenn *Indizierung in Shopware* auf *Aussetzen* steht.

Bei *Über die Warteschlange* hängt das an der Warteschlange des Shops — siehe oben. Für Artikel, die bereits Platzhalter zeigen, im Shopware-Backend unter *Einstellungen → System → Caches & Indizes* die Indizes aktualisieren.

Ein geänderter Preis kommt nicht an

Wurde nur der Preis geändert, ohne den Artikel selbst anzufassen, erkennt der Änderungslauf das nicht. Zwei Wege:

- *geänderte Artikel exportieren* von Hand starten, nachdem der Artikel einmal gespeichert wurde, oder
- auf den nächtlichen Lauf *alle Artikel exportieren (ohne Bilder)* warten.

Damit das nicht auffällt, gehören diese Korrekturläufe in den Zeitplan — siehe Zeitplan der Übertragungen.

Ein geändertes Bild bleibt im Shop das alte

Die Schnittstelle erkennt Bilder am Dateinamen und verwendet ein bereits vorhandenes weiter. Tauscht man das Bild aus, ohne dass sich der Name ändert, bleibt im Shop das alte stehen.

Abhilfe: **Bestehende Bilder im Shop aktualisieren** einschalten oder die Benennung über den Bildinhalt wählen. Siehe Bezeichnungen, Texte und Bilder.

Ein Kunde fehlt im Shop

Prüfpunkt	Hinweis
Kundenkennzeichen	muss beim gewünschten Verkaufskanal gesetzt sein
E-Mail-Adresse	Pflichtangabe

Prüfpunkt	Hinweis
Vorname und Name	Pflichtangabe, auch bei Firmenkunden
PLZ, Ort, Straße	Pflichtangaben
Land	muss im Shop bekannt sein
Belegsperre, inaktiv	gesperrte Kunden werden im Shop deaktiviert

Die übersprungenen Kunden stehen mit Nummer und Grund im Protokoll.

Eine Bestellung fehlt in der SelectLine

1. Ist die Zahlung im Shop bestätigt?

Nur bezahlte oder freigegebene Bestellungen werden geholt. Bei Rechnung und Nachnahme muss der Haken *Import* bei der Zahlungsart gesetzt sein — siehe Zahlungs- und Versandarten.

2. In welchem Status steht die Bestellung im Shop?

Steht sie auf **offen**, wird sie beim nächsten Lauf geholt.

Steht sie auf **in Bearbeitung**, hat FINN.ghost sie bereits verarbeitet. Existiert trotzdem kein Beleg, ist der Import nach dem Statuswechsel abgebrochen.

> In diesem Fall wird die Bestellung nicht erneut abgeholt und muss von Hand in der SelectLine erfasst werden. Der Grund steht im Protokoll — häufig ein Fehler in einem Makro oder ein nicht gefundener Gutschein.

3. Bekannte Ursachen

Ursache	Erkennbar an
kein Shopkunde beim Verkaufskanal	Meldung, dass der Shopkunde nicht definiert ist

Ursache	Erkennbar an
Lieferbedingung nicht zugeordnet	Abbruch mit Hinweis auf die Versandbedingung
eingelöster Gutschein unbekannt	Meldung, dass der Gutschein nicht gefunden wurde
Zahlungsreferenz gefordert, aber nicht vorhanden	Meldung über die fehlende Zahlungsreferenz

Der Belegbetrag weicht von der Bestellung ab

Häufigste Ursache: Es ist kein **Promotion Artikel** hinterlegt. Rabattpositionen aus dem Shop werden dann übersprungen, und der Beleg ist teurer als die Bestellung. Siehe Zahlungs- und Versandarten.

Regelmäßige Kontrolle

Zwei Auswertungen, die sich im Alltag bewährt haben:

- **Bestellungen ohne Beleg:** im Shop nach Bestellungen im Status *in Bearbeitung* suchen und mit den Belegen in der SelectLine abgleichen. Das findet die seltenen, aber unangenehmen Abbrüche nach dem Statuswechsel.
- **Freigegebene Artikel ohne Shop-Eintrag:** die Anzahl der Artikel mit Freigabekennzeichen mit der Artikelanzahl im Shop vergleichen. Die Differenz sind die Artikel mit unvollständigen Daten.

Wenn es dabei bleibt

Wenden Sie sich an den Support und halten Sie bereit:

- die betroffene Artikel-, Kunden- oder Bestellnummer
- den Auszug aus dem Protokoll zum Zeitpunkt des Laufs
- welche Aufgabe zuletzt gelaufen ist

Häufige Fragen

Muss ich im Shopware-Backend noch etwas pflegen?

Im Normalfall nicht. Artikel, Preise, Bestände, Kategorien, Merkmale, Hersteller und Kunden kommen aus der SelectLine. Im Shop pflegt man das, was dort hingehört: Navigation, Inhaltsseiten, Themes, Versandarten und Zahlungsarten.

Was passiert, wenn ich einen Artikel im Shop von Hand ändere?

Bei der nächsten Übertragung wird die Änderung überschrieben. Das betrifft Bezeichnung, Beschreibung, Preise, Bestand, Bilder, Kategorien und Eigenschaften.

> Wer Texte oder Bilder im Shop redaktionell pflegen möchte, schaltet die entsprechende Übertragung ab — etwa **Keine Beschreibung übertragen** oder **Nur Bestand, Preis und Varianten aktualisieren**.

Wie bekomme ich einen Artikel aus dem Shop heraus?

Das Freigabekennzeichen entfernen. Der Artikel wird dann im Shop deaktiviert, nicht gelöscht. Damit bleiben bestehende Bestellungen und die Adresse der Artikelseite gültig.

Warum sind meine Umlaute in den Bilddateinamen umgeschrieben?

Dateinamen werden für die Mediathek bereinigt: Umlaute werden umgeschrieben und Sonderzeichen ersetzt. Das ist gewollt, damit die Dateien in allen Browsern und Betriebssystemen funktionieren.

Kann ich mehrere Shops anbinden?

Mehrere Verkaufskanäle **eines** Shopware-Shops können parallel versorgt werden, jeder mit eigenem Freigabekennzeichen, eigenen Belegtypen und eigenem Shopkunden. Für einen zweiten, eigenständigen Shopware-Shop wird eine weitere Installation benötigt — sprechen Sie uns an.

Sehen angemeldete Kunden ihre eigenen Preise?

Ja. Kundenpreise, Rabattgruppen und Preisgruppen werden als Preisregeln in den Shop übertragen. Voraussetzung ist, dass der Kunde in den Shop übertragen wurde und sich anmeldet. Siehe Preise und Kunden.

Warum steht bei einem Artikel ein Bestand von 2, obwohl 2,7 Meter da sind?

Der Bestand wird ganzzahlig an den Shop übergeben und dabei abgeschnitten. Bei Artikeln in Bruchteilen ist das eine bewusste Sicherheitsreserve. Siehe Bestand und Verfügbarkeit.

Kann ich einen Zeitraum erneut übertragen?

Ja. Die Schnittstelle merkt sich zu jeder Aufgabe, bis wann sie zuletzt gelaufen ist. Dieser Stand lässt sich zurücksetzen, sodass ein Zeitraum erneut übertragen wird. Das erfordert einen Eingriff in die Konfiguration bei gestopptem Dienst — bitte über den Support.

Für Artikel und Bestände geht es einfacher: Dafür genügen die Volläufe.

Wie lange dauert eine Vollübertragung?

Das hängt an der Artikelanzahl und vor allem an den Bildern. Als Anhaltspunkt: Ein Vollauf ohne Bilder ist ein Vielfaches schneller als einer mit Bildern. Für einen ersten Eindruck deshalb *alle Artikel exportieren (ohne Bilder)* verwenden.

Die Bestellung ist im Shop bezahlt, der Beleg fehlt trotzdem

Siehe Wenn etwas nicht im Shop ankommt — Abschnitt *Eine Bestellung fehlt in der SelectLine*.

Was bedeutet der Vorsatz `sw6_` im Feld „Ihr Auftrag"?

Daran erkennt die Schnittstelle Belege, die aus dem Shop stammen. Dahinter steht die Shop-Bestellnummer. So findet man in der SelectLine schnell den Beleg zu einer Bestellung — und umgekehrt. `sw6` ist die Vorgabe; das Kürzel lässt sich in den Einstellungen unter *Belege* ändern, siehe Bestellungen.

> Dieses Feld sollte an Shop-Belegen nicht verändert werden. Ohne den Vorsatz findet die Schnittstelle den Beleg nicht mehr und meldet Versand und Rechnung nicht zurück.

Können Kunden im Shop ihre Rechnungen herunterladen?

Ja, wenn eine Archiv-Druckvorlage hinterlegt ist. Dann liegt im Kundenkonto das Original-PDF aus der SelectLine. Siehe Versand und Rechnung zurückmelden.

Wer hat die Änderungen im Shop vorgenommen?

Die Schnittstelle arbeitet mit dem Integrationszugang, der bei der Einrichtung im Shopware-Backend angelegt wurde. In der Änderungshistorie des Shops erscheint deshalb dieser Zugang und nicht ein einzelner Mitarbeiter.

Wo finde ich heraus, was gerade läuft?

Shopware 6 → Zeitsteuerung. Dort steht zu jeder Aufgabe, ob sie läuft oder wartet, wann sie zuletzt gelaufen ist und wann sie das nächste Mal fällig ist. Darunter das Protokoll.