

Kundenkonten & Profil

DOKUMENTATION · KUNDSCHAFT

■ Wie Kundenkonten funktionieren

Jede Person auf deiner Website hat ein Konto, und alles, was sie bei dir tut, hängt daran — Bestellungen, Buchungen, Termine, Kurszugänge, Mitgliedschaften, Formulareinsendungen.

Ein Konto entsteht auf zwei Wegen:

- **Automatisch im Checkout.** Wer etwas kauft, ohne ein Konto zu haben, bekommt eines angelegt und erhält eine E-Mail mit den Zugangsdaten. Ausser dem Kauf ist nichts zu tun.
- **Durch Registrierung.** Hast du ein Registrierungsformular auf deiner Website, können Besucher ein Konto anlegen, bevor sie etwas kaufen — was du willst, wenn du kostenlose Kurse, geschützte Inhalte oder einen Mitgliederbereich anbietest, dem Leute beitreten, bevor sie Geld ausgeben.

In beiden Fällen ist es dieselbe Art von Konto, und wer sich zuerst registriert und später kauft, behält ein Profil mit beidem darin. Wiederkehrende Kundschaft wird im Checkout erkannt und muss ihre Angaben nicht erneut eintippen.

✦ *Die Formulare für Registrierung, Login, Profilbearbeitung und Passwort-Reset sind alle Teil der Plattform — wie du diese Seiten einrichtest, steht im Leitfaden Registrierung & Login.*

■ Die Profilseite

Das Kundenprofil ist eine einzelne Seite auf deiner Website, die als Konto-Dashboard dient. Sie entsteht, indem du das Element **User Profile v2** auf eine Seite legst — meist eine Seite namens *Mein Konto* oder *Profil*, verlinkt aus dem Header.

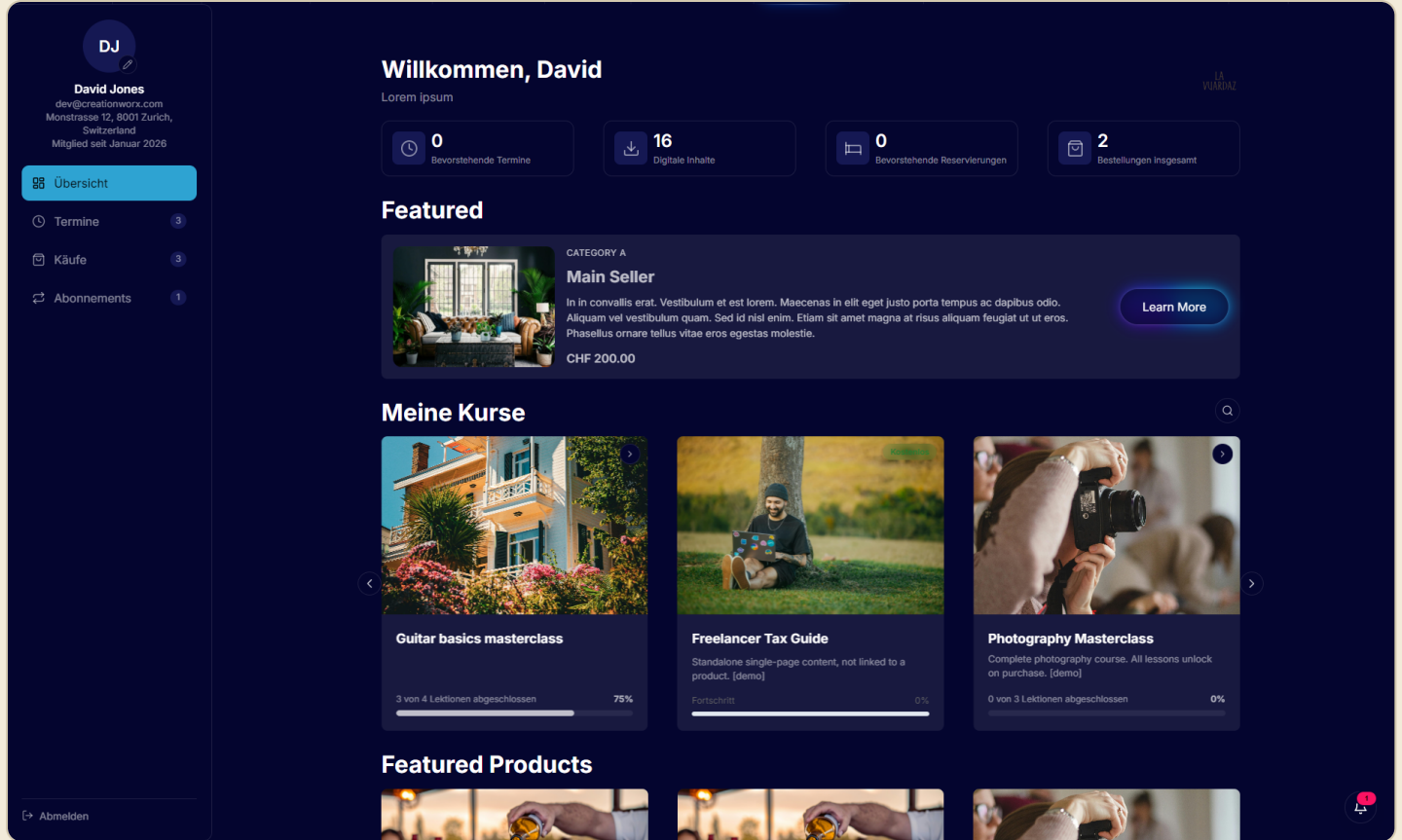
Das Layout ist app-artig statt seitenartig:

- Am Desktop listet eine **Seitenleiste** links die Abschnitte, daneben liegt der Inhalt. Die Leiste bleibt beim Scrollen stehen.
- Auf dem Handy wird die Seitenleiste zu einer Liste von Einträgen. Ein Tipp öffnet den Abschnitt als ganze Ansicht mit Zurück-Button.

Zwischen Abschnitten wird ohne Neuladen gewechselt, und der Zurück-Button des Browsers verhält sich durchgehend wie erwartet.

■ Das Dashboard

Das Dashboard ist, was beim Öffnen des Profils erscheint. Es setzt sich aus einigen Blöcken zusammen, die du einzeln ein- oder ausschalten kannst.



Was eine eingeloggte Person sieht. Front-End, nicht Admin.

Begrüssung

Eine Anrede mit dem Vornamen, optional eine Textzeile darunter und optional dein Logo als Kreis daneben. Auf dem Avatar sitzt zudem ein kleines Stift-Symbol, das zu deiner Profilbearbeitungsseite führt, falls du eine angibst.

Kennzahlen-Karten

Eine Reihe von Zahlen, die die Aktivität zusammenfassen. Acht stehen zur Verfügung, du wählst, welche erscheinen:

- **Upcoming Appointments** — noch anstehende Zeitfenster-Termine
- **Upcoming Reservations** — noch anstehende Zimmerbuchungen
- **Total Orders** — wie viele Bestellungen aufgegeben wurden
- **Total Spent** — die Gesamtsumme über die Zeit
- **Digital Content** — auf wie viele Kurse und Inhaltsseiten Zugang besteht
- **Completed Lessons** — der Fortschritt über alle Kurse
- **Submissions** — abgeschickte Formulare
- **Upcoming (combined)** — ein einzelner Zähler für Veranstaltungen, Unterkünfte und Zeitfenster zusammen

✦ Auf dem Handy erscheinen nur die ersten drei aktivierten; der Rest ab dem Breakpoint der Seitenleiste. Stelle die wichtigsten voran. Beachte auch, dass "Upcoming (combined)" sich mit den zwei spezifischen Upcoming-Kennzahlen überschneidet — alle drei zu zeigen zählt dieselben Buchungen doppelt, was sich für die Kundschaft wie ein Fehler liest.

Beworbenes Produkt

Ein digitales Produkt, prominent über dem übrigen Dashboard, mit Bild, Beschreibung, Preis und einem Handlungsbutton. Nutze es für das Programm, das bestehende Kundschaft als Nächstes kaufen soll.

Gezeigt wird ein Produkt, das in seinen eigenen Einstellungen als **Featured product** markiert ist. Der Block verbirgt sich automatisch, wenn es nichts zu zeigen gibt oder wenn das Produkt schon vorhanden ist — er bewirbt also nie etwas, das schon gekauft wurde.

Du kannst Überschrift und Buttonbeschriftung selbst setzen und je nach Hintergrund helle oder dunkle Schrift wählen.

My Courses

Eine waagrechte Reihe der freigeschalteten Kurse und Inhaltsseiten, **zuletzt bearbeitete zuerst** — was gerade läuft, ist also das Erste, was man sieht.

Jeder Kurs lässt sich antippen, um seine Lektionen aufzuklappen, und es gibt ein Suchfeld für grosse Bibliotheken. Der Block verbirgt sich, wenn keine Inhalte vorhanden sind.

Featured Products

Eine Reihe von Produkten mit der Markierung **Featured product** — physische, digitale und Veranstaltungen — neueste zuerst. Bereits vorhandene Produkte und vergangene Veranstaltungen werden herausgefiltert. Du setzt Überschrift, Anzahl und helle oder dunkle Schrift.

✦ *Beide Blöcke, beworben und hervorgehoben, werden vom gleichen Schalter "Featured product" am Produkt getrieben. Ihn einzuschalten nimmt das Produkt gleichzeitig in diese Blöcke und in die hervorgehobene Gestaltung auf deinen Shop-Seiten auf — siehe den Leitfaden Funktionen in Seiten einbauen.*

■ Die Abschnitte

Jeder Abschnitt der Seitenleiste wird beim Öffnen geladen, sodass ein Profil mit jahrelanger Historie trotzdem schnell erscheint. Ein Abschnitt verbirgt sich automatisch, wenn nichts darin ist — wer nie einen Termin gebucht hat, sieht überhaupt keinen Eintrag Termine.

Abschnitte haben oben Filter-Chips zum Einschränken, jeweils mit einem Zähler.

Purchases

Jede aufgegebene Bestellung, als Karte pro gekauftem Artikel — Tickets, physische Produkte, digitale Produkte, Zimmerbuchungen, Zeitfenster und Abonnements erscheinen hier in einheitlicher Form. Jede Karte zeigt, was gekauft wurde, wann, den Preis und den aktuellen Status, mit einem Download-Symbol für Rechnung oder Beleg.

Läuft ein Kauf über einen Zahlungsplan, trägt die Karte zusätzlich den Ratenplan und Buttons, um die nächste Rate oder den offenen Restbetrag zu bezahlen.

Appointments

Zeitfenster-Termine, vergangene und anstehende, auf einer eigenen Karte. Bei anstehenden Terminen kann man:

- **Stornieren** — das Fenster ist sofort wieder frei
- **Verschieben** — ein neues Fenster im Live-Kalender wählen, das ursprüngliche wird freigegeben

Die Karte aktualisiert sich an ihrem Platz, es lässt sich also stornieren und neu buchen, ohne dass die Seite neu lädt.

Submissions

Abgeschickte oder als Entwurf gespeicherte Formulare. Man kann eine Einsendung öffnen, um nachzulesen, was gesendet wurde, den Status sehen und zu einem Entwurf zurückkehren, um ihn fertigzustellen.

Subscriptions

Aktive und frühere Mitgliedschaften — Planname, Status, nächstes Abrechnungsdatum und die enthaltenen Leistungen. Ein Abonnement lässt sich für Details aufklappen und selbst **kündigen**. Eine Kündigung setzt die Mitgliedschaft auf *in notice*: der Zugang bleibt bis zum Ende der bezahlten Periode und wird dann automatisch entfernt.

Installments

Jeder gehaltene Zahlungsplan, eine Karte pro Plan, filterbar nach fällig, überfällig und bezahlt. Das ist der bessere Ort für Leute, die mehrere Pläne jonglieren, weil sie nicht zuerst die richtige Bestellung suchen müssen.

Kurse

Kursinhalte erreicht man über **My Courses** auf dem Dashboard, nicht über einen Eintrag in der Seitenleiste. Ein Kurs zeigt beim Öffnen seine Lektionen, gruppiert unter den Kapitelüberschriften, mit:

- Abschlussstatus pro Lektion und Gesamtfortschritt
- gesperrten Lektionen samt Grund — *complete previous lesson first, members only* oder *coming soon* mit Freigabedatum
- einem Button **Unlock** an Kapiteln, die als Einmalkauf verkauft werden

Der Fortschritt speichert automatisch. Man kann gehen und dort weitermachen, wo man aufgehört hat.

■ Benachrichtigungen

Benachrichtigungen erreichen die Kundschaft über die **schwebende Glocke** statt über einen Profilabschnitt. Sie sitzt in der Ecke jeder Seite, zeigt ein Abzeichen mit der Zahl der Ungelesenen und öffnet ein Panel zum Lesen und als gelesen Markieren.

Weil sie auf jeder Seite ist, funktioniert sie auch im Profil — man muss also nirgends Bestimmtes hingehen, um Benachrichtigungen zu sehen. Siehe den Leitfaden Benachrichtigungen.

■ Was ohne Kontakt zu dir möglich ist

Ein gut konfiguriertes Profil nimmt einen grossen Teil der Routineanfragen weg. Das alles geht selbst:

- jede Rechnung oder jeden Beleg herunterladen

- eine Rate bezahlen oder den Restbetrag eines Zahlungsplans begleichen
- einen Termin stornieren oder verschieben
- auf Kurse zugreifen und den Fortschritt verfolgen
- ein separat verkauftes Kurskapitel freischalten
- Buchungsdetails ansehen
- das Abonnement kündigen
- ein abgeschicktes Formular nachlesen oder einen gespeicherten Entwurf fertigstellen
- Benachrichtigungen und Ankündigungen lesen
- Name, E-Mail, Telefon und Adresse selbst aktualisieren
- das eigene Passwort zurücksetzen

■ Die Kontoseiten, die daneben gehören

Das Profil zeigt, was jemand hat. Eine Handvoll weiterer Seiten sorgt dafür, dass man hineinkommt, wieder hineinkommt und seine Angaben aktuell hält. Jede ist ein Builder-Element, das du auf eine eigene Seite legst:

Element	Seite Daraus	Wofür
Registration	Registrieren	Ein Konto anlegen, mit Live-Passwortstärke und Prüfung der E-Mail-Verfügbarkeit
Login	Anmelden	Einloggen, mit Angemeldet-bleiben und Passwort-vergessen-Link
Reset Password	Passwort vergessen	Einen Reset-Link anfordern und das neue Passwort setzen — beides erledigt dasselbe Element
Edit Profile	Profil bearbeiten	Name, E-Mail, Telefon und Adresse aktualisieren
User Profile v2	Mein Konto	Das in diesem Leitfaden beschriebene Profil

Alle fünf liegen im Builder unter **user profile** in der Elementliste. Einmal einrichten und aus dem Header und untereinander verlinken.

✦ Richte die **Login URL** des Profilelements auf deine eigene Login-Seite. Ohne sie landet eine ausgeloggte Person, die das Profil erreicht, auf dem Standard-Login von WordPress, das deiner Website in nichts gleicht.

Der Leitfaden Registrierung & Login behandelt jedes dieser Formulare im Detail.

■ Wo diese Seiten liegen sollten: Hauptseiten

Das sind Systemseiten, keine Inhaltsseiten. Sie gehören unter **Einstellungen** → **Hauptseiten**, nicht unter die Seiten von WordPress — das hält sie aus deiner normalen Seitenliste und aus allem heraus, was Inhalte deiner Website auflistet, und dort erwartet die Plattform die, auf die sie selbst verlinkt.

Main Pages

Search main pages

Search

Add main page

9 main pages

None selected

Set status... ▾

Trash

Delete

☐	TITLE	STATUS	MODIFIED	
☐	 Cohort Join cohort-join	PUBLISH	Sep 4, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Reset Password reset-password	PUBLISH	Aug 14, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Login login	PUBLISH	Aug 14, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Registration registration	PUBLISH	Aug 14, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Edit Profile edit-profile	PUBLISH	Aug 14, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Profile profile	PUBLISH	Aug 24, 2026	<button>Edit</button>
☐	 Order Summary order-summary	PUBLISH	Jul 24, 2026	<button>Edit</button>

Die eigenen Systemseiten der Plattform, aus der normalen Seitenliste herausgehalten.

Lege jede als Hauptseite an und platziere das passende Element darauf:

HAUPTSEITE	SLUG	ELEMENT DARAUF
Order Summary	order-summary — erforderlich, genau so	Order Summary
Profil	profile	User Profile v2
Anmelden	frei wählbar	Login
Registrieren	frei wählbar	Registration
Passwort vergessen	frei wählbar	Reset Password
Profil bearbeiten	frei wählbar	Edit Profile

Order Summary ist nicht optional

Die Bestellübersicht ist die Seite, auf der Kundinnen nach der Zahlung landen. **Ihre Adresse ist fest in die Plattform eingebaut**, sie muss also eine Hauptseite mit dem Slug `order-summary` sein — kein anderer Ort und kein anderer Slug funktioniert.

Dorthin wird das Zahlungs-Gateway zurückgeschickt, bei Erfolg wie bei Misserfolg, und dorthin schickt der Checkout nach einer Bestellung im manuellen Modus.

✦ **Existiert diese Seite unter diesem Slug nicht, landet jede zahlende Person auf einem "Seite nicht gefunden"-Fehler.** Die Bestellung ist in Ordnung — die Zahlung ging durch und die Erfüllung läuft normal — aber das Erlebnis ist eine kaputte Seite im schlechtesten möglichen Moment, und die Support-Mail bekommst du. Das ist die eine Seite, die du vor dem Livegang prüfst und nach jedem Aufräumen von Templates erneut.

✦ *Benenne sie nicht um, ändere ihren Slug nicht und verschiebe sie nicht zu den Seiten. Ein Order-Summary-Element auf eine gewöhnliche Seite zu legen hilft nicht: das Gateway wird weiterhin auf `order-summary` unter Hauptseiten geschickt.*

Profil

Die Plattform muss auch wissen, wo deine Profilseite liegt, weil sie selbst dorthin verlinkt — aus Ratenerinnerungen, aus der Kursnavigation und aus den per E-Mail versandten Jetzt-bezahlen-Links.

Sie sucht eine Hauptseite mit dem Slug `profile`. Stimmt der, funktioniert jeder dieser Links ohne weitere Konfiguration.

✦ *Findet sie keine, fällt sie auf `/user-profile/` zurück, was auf den meisten Websites nicht existiert. Das Symptom ist eigentümlich genau: das Profil funktioniert einwandfrei, wenn man es über dein Menü aufruft, aber Links in E-Mails und auf Lektionsseiten führen nirgendwohin. Wenn du das siehst, prüfe den Slug.*

Die anderen vier

Login, Registrierung, Passwort-vergessen und Profilbearbeitung haben keine erforderlichen Slugs — nichts sucht sie automatisch, und du verweist selbst über die Elementeneinstellungen und deine Menüs darauf. Sie trotzdem bei den Hauptseiten zu halten ist die ordentlichere Anordnung, und so liegen alle Kontoseiten an einem Ort.

■ Das Profilelement konfigurieren

Öffne die Seite mit dem Profil im Builder und klick das Element an. Die Einstellungen, die es zu kennen lohnt:

- **Login URL** — wohin ausgeloggte Besucher geschickt werden (siehe Hinweis oben)
- **Edit Profile URL** — Ziel des Stift-Symbols auf dem Avatar; leer lassen verbirgt das Symbol
- **Welcome Subline** und **Logo** — die persönlichen Akzente oben im Dashboard
- **Sidebar Breakpoint** — die Bildschirmbreite, ab der aus der mobilen Liste die Desktop-Seitenleiste wird
- **Content Max Width** — begrenzt, wie breit die Inhaltsspalte am Desktop wird, und zentriert sie neben der Seitenleiste, damit sich die Karten nicht über einen grossen Monitor spannen. Auf *None* lassen für den vollbreiten Look

- **Content Padding Top** und **Content Padding Bottom** — der Raum über und unter der Inhaltsspalte. *Default* behält, was das Style Kit setzt; die benannten Grössen nutzen das Raster deiner Website
- **Sections** — ein Schalter pro Abschnitt: Appointments, Purchases, Submissions, Subscriptions, Installments
- **Stats** — ein Schalter pro Kennzahlen-Karte
- **Promoted Product** — die einzelne grosse Karte über My Courses. Welches Produkt dort landet, bestimmt der Schalter **Promoted product** am Produkt selbst — getrennt von **Featured product**, das ein Produkt über den ganzen Katalog markiert. Jede Produktart funktioniert; markierst du mehrere, gewinnt das neueste, ein bereits vorhandenes wird übersprungen, und ohne Markierung erscheint der Block nicht. Ein beworbenes Produkt wird zudem aus dem Grid Featured Products darunter ausgenommen, es erscheint also nie zweimal
- **Courses** — die Reihe My Courses: ob sie erscheint, ihre Überschrift und **Card Layout**. *Expanded* listet die Lektionen am Desktop auf der Karte selbst und behält auf dem Handy die kompakte Karte; *Compact* behält die kompakte Karte überall, ein Klick öffnet den Kurs also immer als eigene Seite — auch am Desktop
- **Featured Products** — die Bildkarten unter My Courses: ob sie erscheinen, die Überschrift, wie viele, und ob die restlichen Plätze mit verwandten Produkten gefüllt werden. Ihr **Text Style** liegt im Tab Settings neben den anderen Kartensteuerungen
- **Logout** — ob ein Logout-Link erscheint und wohin danach geschickt wird

Weiter unten im gleichen Tab **Settings** liegen die Steuerungen für das Aussehen des Inhaltsbereichs:

- **Column Gap** und **Row Gap** — der Abstand zwischen Karten. Sie nutzen das Raster deiner Website, dieselben Grössen *Small / Medium / Default / Large* wie das Grid-Element des Page Builders, damit das Profil zum Rest passt
- **Heading Style, Margin Top** und **Margin Bottom** — die Überschriften über den Dashboard-Blöcken (Promoted, My Courses, Featured Products). Die Stilliste ist dieselbe, die das Headline-Element anbietet
- **Featured Products** → **Columns** — wie viele Karten pro Reihe bei jeder Bildschirmgrösse, von Phone Portrait bis Large Screens. *Inherit* heisst "wie die nächstkleinere Grösse"
- **Featured Products** → **Panel Style** — bestimmt die Form der Karte. *Flowworx Default* ist der Hausstil: ein Foto füllt die Karte, der Text liegt darüber. Jede andere Option macht daraus eine konventionelle Karte — Foto oben, Text darunter — und die Card- und Tile-Stile bringen Hintergrund und Eckenradius des Themes mit, die die aus dem Style Kit ersetzen
- **Promoted Product** → **Panel Style, Card Padding, Button Style, Title Style, Meta Style** — dieselbe Art Steuerungen wie unten, für die grosse beworbene Karte. Button Style setzt den Handlungsbutton der Karte
- **Featured Products** → **Card Padding** — Raum um den Text innerhalb jeder Karte, in beiden Layouts
- **Featured Products** → **Title Style / Meta Style** — der Produktname und die Kategoriezeile darüber, jeweils mit eigenem Margin Top und Margin Bottom
- **Courses** → **Columns** — wie viele Kurskarten in der Reihe bei jeder Bildschirmgrösse sichtbar sind. *Default* zeigt eine Karte und einen Blick auf die nächste, was die Reihe wischbar aussehen lässt
- **Courses** → **Panel Style, Card Padding, Title Style** — dieselben Steuerungen wie bei Featured Products, für die Kurskarten. Panel Style ändert hier nur die Oberfläche der Karte; ihre Form ist die Einstellung Card Layout im Tab Content
- **Text Style** (unter Promoted Product, Featured Products und Courses) — *Light* für einen dunklen Hintergrund, *Dark* für einen hellen. Es gilt für den ganzen Block samt Überschrift

✦ Einen Abschnitt abzuschalten verbirgt ihn auch für Leute, die etwas darin haben — der Schalter ist nicht dasselbe wie das automatische Verbergen bei Leere. Schalte einen nur ab, wenn du diesen Teil der Plattform wirklich nicht nutzt.

■ Was du auf der Admin-Seite siehst

Es gibt keine einzelne "Kundenliste". Du erreichst Kundschaft über den Bereich, der zu deinem Anliegen passt:

- **Verkauf → Bestellungen** — nach Name oder E-Mail für alles Gekaufte suchen
- **Kurse → Benutzerzuweisungen** — nach Person suchen, um Kurszugang und Fortschritt zu sehen
- **Verkauf → Abonnementverwaltung** — ihre Mitgliedschaften
- **Verkauf → Ratenzahlungen** — ihre offenen Zahlungen
- Die Buchungsansichten — ihre Zimmer- und Zeitfenster-Buchungen

Wenn du für jemanden handeln musst — Kurszugang gewähren, eine Buchung stornieren, ein Abonnement kündigen, eine Zahlung erfassen — liegt die Aktion im gleichen Bereich.

■ Was im Checkout mit dem Konto passiert

Niemand muss sich vor dem Kauf registrieren. Man kann als Gast auschecken, und die Plattform klärt das Konto danach. Es gibt drei Ergebnisse, und zu wissen, welches welches ist, erspart viele verwirrte Supportgespräche.

Gast mit neuer E-Mail-Adresse

Ein Konto wird angelegt:

- Der Benutzername wird aus dem Rechnungsnamen gebildet, als *vorname.nachname* — mit Nummer, falls schon belegt
- Ein sicheres Passwort wird erzeugt
- Die Person wird **sofort eingeloggt** und landet bereits angemeldet im Profil
- Sie erhält eine E-Mail mit Benutzernamen und Passwort

Das Passwort lässt sich jederzeit über deine Passwort-vergessen-Seite ändern. Beachte: im Profilbearbeitungsformular gibt es kein Passwortfeld — Passwortänderungen laufen über den Reset-Weg.

Gast mit einer E-Mail, zu der es schon ein Konto gibt

Es wird kein neues Konto angelegt. Die Bestellung wird an das bestehende Konto gehängt und reiht sich in die übrige Historie ein. Es wird aber **nicht** automatisch eingeloggt — zum Ansehen ist eine Anmeldung nötig.

✦ *Das ist Absicht, kein Versehen. Jemanden einzuloggen, weil eine bekannte E-Mail-Adresse eingetippt wurde, würde allen, die die Adresse einer Kundin kennen, Zugang zu deren Profil, Bestellhistorie und gekauften Inhalten geben — einfach durch das Starten eines Checkouts. Die Bestellung landet weiterhin am richtigen Konto; nur die automatische Anmeldung bleibt aus.*

Jemand, der bereits eingeloggt ist

Es wird nichts angelegt, und die Bestellung hängt am angemeldeten Konto — **auch wenn im Checkout eine andere E-Mail-Adresse eingegeben wird**. Diese Adresse wird für Rechnungsdaten und Bestätigungsmail verwendet, legt aber kein zweites Konto an und verschiebt die Bestellung nirgendwohin.

✦ *Das ist der Fall, der Support-Tickets erzeugt. Wer ein Gerät teilt oder unter einer alten Adresse eingeloggt ist, kann eine Bestellung an einem Konto ablegen, das er nicht meinte. Meldet jemand einen fehlenden Kauf im Profil, prüfe, ob er auf einem anderen Konto gelandet ist, bevor du auf eine gescheiterte Bestellung schliesst. Suche in **Verkauf** → **Bestellungen** nach der E-Mail auf der Bestellung und vergleiche sie mit dem Konto, an dem die Bestellung hängt.*

Die E-Mail anpassen

Setze deine eigene E-Mail für neue Konten unter **Einstellungen** → **Allgemeine Einstellungen** → **New Profile Email**. Bis dahin kommt der nüchterne WordPress-Standard — der deiner Website in nichts gleicht und leicht für Spam gehalten wird, genau in dem Moment, in dem jemand gerade bezahlt hat.

Wer sich selbst registriert hat, hat ein eigenes Passwort gewählt und war direkt angemeldet — diese Personen erhalten keine solche E-Mail.