M0008

Kundenblocker & OptIn

Das Modul sichert Neuregistrierungen in Ihrem Gambio-Shop mit einem Double-Opt-In ab und hält unerwünschte Kunden dauerhaft draußen. Neue Kundenkonten sind erst nach Bestätigung der E-Mail-Adresse voll nutzbar; parallel prüfen frei befüllbare Sperrlisten

Aktuellstes Release: 5.12
Kompatibel zu den Versionen: 4.6 bis 26.11

published
02.09.2026 13:16 Uhr

Allgemeine Hinweise zu unseren Modulen

Beachten Sie bei geplanten Shop-Updates, dass auch das Modulframework und auch die eingebauten Module zur jeweiligen Shopversion kompatibel sein müssen und stellen Sie ggf. sicher, dass entsprechende Updates für das Modul-Framework und auch für alle genutzten Module zur Verfügung stehen bevor Sie mit der Aktualisierung des Shops beginnen oder diese beauftragen. Wenn Sie die Aktualisierung Ihres Shops durch uns durchführen lassen, aktualisieren wir auch immer vorhandene Xycons-Module und das Modul-Framework, wenn diese für die neue Shop-Version verfügbar sind.

Auf dem Server muss die Servererweiterung IonCube verfügbar sein!
Kontaktieren Sie bitte Ihren Hoster. falls Sie nach der Installation einen Hinweis erhalten, dass IonCube nicht zur Verfügung steht.
Weiterführende Hinweise finden Sie auf unserer Homepage www.xycons.de

Zur Selbstinstallation beachten Sie die beigefügte Installationsanleitung.

Bitte beachten Sie: mit der Installation des Modul-Frameworks werden die beigefügten Lizenzbestimmungen und Haftungsregelungen ausdrücklich zur Kenntnis genommen und anerkannt!
Das Framework und unsere Module dürfen nicht installiert und nicht betrieben werden, wenn Sie diese Regeln nicht in vollem Umfang anerkennen!

Inhaltsverzeichnis

- M0008 Kundenblocker & OptIn für Gambio

- Inhalt
- 1. WAS DIESES MODUL LEISTET
- 2. WO SIE DAS MODUL FINDEN
- 3. DAS SETUP IM EINZELNEN
- 3.1 MODULSTATUS UND LIZENZ
- 3.2 DAS KONTEN-OPT-IN
- 3.3 UMGANG MIT GESPERRTEN KUNDEN
- 3.4 DIE SPERRLISTEN
- 4. DAS OPT-IN FÜR NEUE KUNDENKONTEN
- 4.1 SO LÄUFT DAS VERFAHREN AB
- 4.2 EINRICHTUNG IN FÜNF SCHRITTEN
- 4.3 DIE BESTÄTIGUNGSMAIL
- 4.4 GÜLTIGKEIT DES LINKS UND AUFRÄUMEN
- 4.5 GASTBESTELLUNGEN
- 5. DIE ÜBERSICHT OFFENER BESTÄTIGUNGEN
- 6. DER KUNDENBLOCKER
- 6.1 DIE SPERRLISTEN IM ÜBERBLICK
- 6.2 WEGWERF-MAILADRESSEN
- 6.3 SPERRLISTEN MIT LÄNDERBEZUG
- 6.4 DIE WILDCARD-SPERRE
- 6.5 DIE GESPERRTE KUNDENGRUPPE
- 6.6 EINEN KUNDEN PER KNOPFDRUCK SPERREN
- 6.7 WAS PASSIERT, WENN JEMAND ABGEWIESEN WIRD
- 7. DIE ANZEIGESEITEN ANPASSEN
- 8. EMPFEHLUNGEN FÜR DEN PRAXISEINSATZ
- 9. HÄUFIGE STOLPERSTEINE
- 10. SHOP-UPDATES, TEXTE ANPASSEN UND MODULPFLEGE
- 10.1 SHOP-UPDATE UND VERSIONSPFLEGE
- 10.2 MODULTEXTE ANPASSEN

M0008 Kundenblocker & OptIn für Gambio

Handbuch

Stand: 2026-09 (Modulversion 5.12) · (c) Xycons GmbH & Co. KG - www.xycons.de

---

Inhalt

1. 1. WAS DIESES MODUL LEISTET
2. 2. WO SIE DAS MODUL FINDEN
3. 3. DAS SETUP IM EINZELNEN
4. 3.1 MODULSTATUS UND LIZENZ
5. 3.2 DAS KONTEN-OPT-IN
6. 3.3 UMGANG MIT GESPERRTEN KUNDEN
7. 3.4 DIE SPERRLISTEN
8. 4. DAS OPT-IN FÜR NEUE KUNDENKONTEN
9. 4.1 SO LÄUFT DAS VERFAHREN AB
10. 4.2 EINRICHTUNG IN FÜNF SCHRITTEN
11. 4.3 DIE BESTÄTIGUNGSMAIL
12. 4.4 GÜLTIGKEIT DES LINKS UND AUFRÄUMEN
13. 4.5 GASTBESTELLUNGEN
14. 5. DIE ÜBERSICHT OFFENER BESTÄTIGUNGEN
15. 6. DER KUNDENBLOCKER
16. 6.1 DIE SPERRLISTEN IM ÜBERBLICK
17. 6.2 WEGWERF-MAILADRESSEN
18. 6.3 SPERRLISTEN MIT LÄNDERBEZUG
19. 6.4 DIE WILDCARD-SPERRE
20. 6.5 DIE GESPERRTE KUNDENGRUPPE

21. 6.6 EINEN KUNDEN PER KNOPFDRUCK SPERREN
22. 6.7 WAS PASSIERT, WENN JEMAND ABGEWIESEN WIRD
23. 7. DIE ANZEIGESEITEN ANPASSEN
24. 8. EMPFEHLUNGEN FÜR DEN PRAXISEINSATZ
25. 9. HÄUFIGE STOLPERSTEINE
26. 10. SHOP-UPDATES, TEXTE ANPASSEN UND MODULPFLEGE
27. 10.1 SHOP-UPDATE UND VERSIONSPFLEGE
28. 10.2 MODULTEXTE ANPASSEN

---

1. WAS DIESES MODUL LEISTET

Das Modul löst zwei Probleme, die in fast jedem Shop irgendwann auftreten.

Erstens: Kundenkonten mit erfundenen Mailadressen. Wer sich in Ihrem Shop registriert, muss dabei nicht beweisen, dass ihm die angegebene Mailadresse auch gehört. Das führt zu Konten, die niemand nutzt, zu Bestellbestätigungen, die nirgendwo ankommen, und im schlimmsten Fall dazu, dass jemand ein Konto auf eine fremde Mailadresse anlegt. Das Modul schiebt ein Opt-In-Verfahren dazwischen: Ein neues Konto ist erst dann voll nutzbar, wenn der Inhaber den Bestätigungslink aus der zugesandten Mail angeklickt hat.

Zweitens: Kunden, die Sie nicht mehr beliefern möchten. Es gibt sie in jedem Shop – der Dauer-Reklamierer, der notorische Nichtzahler, der Wettbewerber, der Ihre Preise abschreibt. Wenn Sie ein Konto sperren, ist der Betreffende fünf Minuten später mit einer neuen Registrierung zurück. Das Modul lässt Sie deshalb Merkmale hinterlegen – Mailadressen, ganze Domains, Namenskombinationen, Firmen, USt-IDs, Straßen, Postleitzahlen, Orte, Telefonnummern, IP-Adressen – und prüft jede Registrierung und jede Anmeldung dagegen.

Beide Funktionen lassen sich unabhängig voneinander einschalten. Sie können also nur das Opt-In nutzen, nur die Sperrlisten, oder beides.

Alle Abbildungen in diesem Handbuch stammen aus einem Beispielshop. Namen, Adressen, Mailadressen, USt-IDs und IP-Adressen sind frei erfunden und gehören niemandem.

2. WO SIE DAS MODUL FINDEN

Das Setup erreichen Sie über das Menü **„Xycons-Module“ ► „Kundenkonto / Setups“** und dort über den TAB **„Kundenblocker & OptIn“**. Im Gambio-Modul-Center taucht das Modul nicht auf.

Die Arbeitsoberfläche für den täglichen Betrieb liegt an einer zweiten Stelle: unter **„Kunden“** finden Sie den Eintrag **„Offene Kontenbestätigungen“** (Kapitel 5).

3. DAS SETUP IM EINZELNEN

Alle Optionen sind zusätzlich direkt im Setup beschrieben. Dieses Kapitel ergänzt die Begründung: warum eine Einstellung existiert, was sie im Shop bewirkt und worauf Sie bei der Befüllung achten sollten.

3.1 MODULSTATUS UND LIZENZ

Modulstatus - Kundenblocker & OptIn *(Standard: Ausgeschaltet)* – der Hauptschalter. Solange er auf „Ausgeschaltet“ steht, greift keine einzige Funktion – weder das Opt-In noch eine Sperrliste. Das ist die Auslieferungseinstellung und zugleich Ihr Notausschalter: Sollte im laufenden Betrieb etwas unerwartet blockieren, stellen Sie diesen einen Schalter um, und der Shop verhält sich sofort wieder wie ohne Modul.

Ihre Lizenz: – reine Anzeige. Hier steht, welcher Lizenztyp erkannt wurde und wie lange er gilt.

3.2 DAS KONTEN-OPT-IN

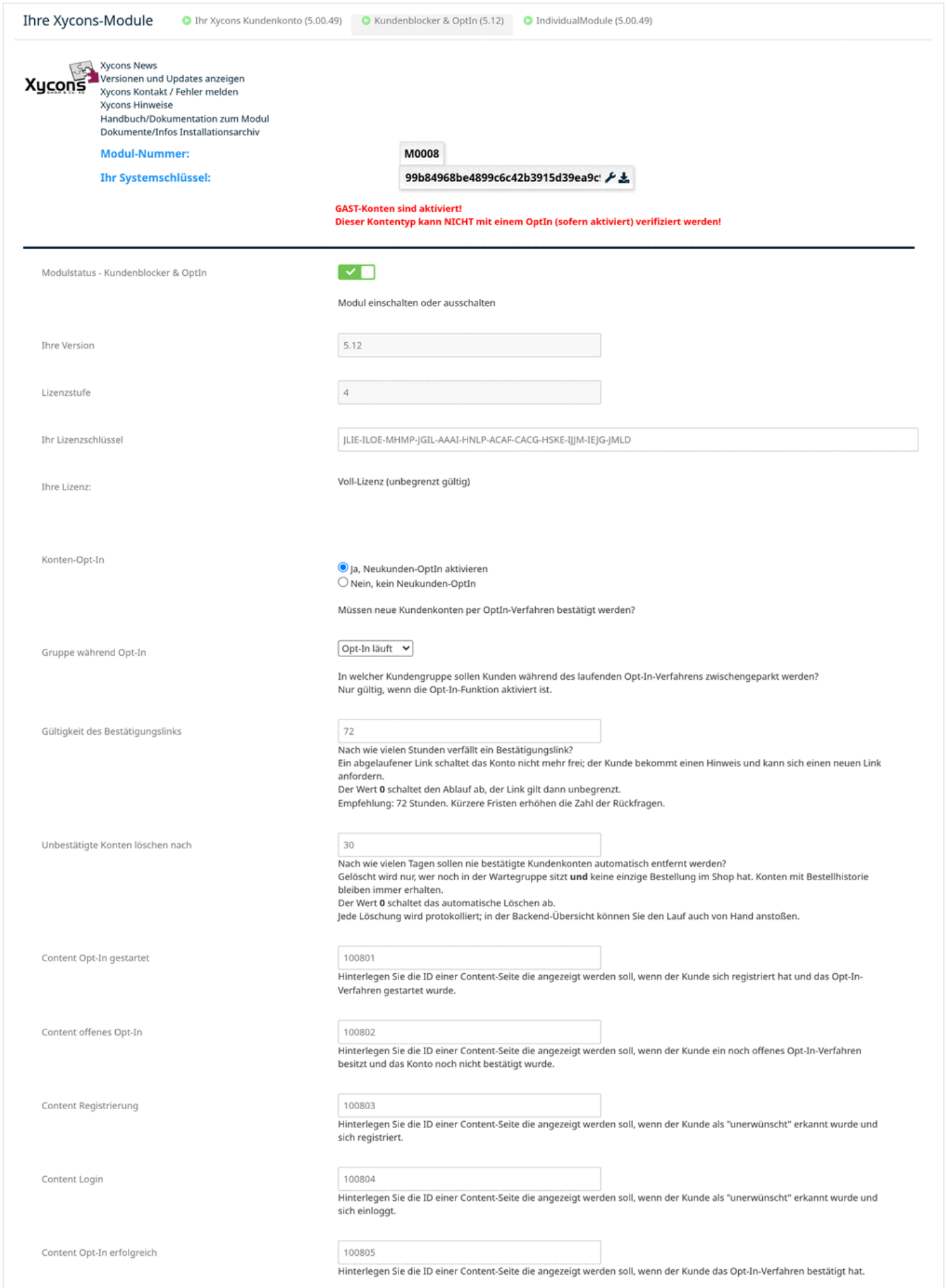


Abbildung 1: Die Setup-Seite des Moduls mit Modulstatus, Lizenzangaben und den Einstellungen rund um das Konten-Opt-In. Der rote Hinweis oben erscheint, solange in Ihrem Shop Gastbestellungen erlaubt sind - warum, steht in Abschnitt 4.5.

Konten-Opt-In *(Standard: Nein)* – schaltet das Bestätigungsverfahren für neue Kundenkonten ein. Steht die Option auf „Ja“, wird jedes neu angelegte Konto zunächst in eine Wartegruppe verschoben und erst nach dem Klick auf den Bestätigungslink freigeschaltet.

Gruppe während Opt-In *(Standard: leer)* – die Kundengruppe, in der ein Konto während des laufenden Verfahrens zwischengeparkt wird. Legen Sie dafür eine eigene Gruppe an (Abschnitt 4.2) und beschränken Sie deren Rechte; sie ist nur ein Wartezimmer. **Ohne eine hier eingetragene Gruppe passiert nichts** – das Opt-In braucht sie zwingend.

Gültigkeit des Bestätigungslinks *(Standard: 72 Stunden)* – nach wie vielen Stunden ein Bestätigungslink verfällt. Ein abgelaufener Link schaltet das Konto nicht mehr frei; der Kunde bekommt einen Hinweis und kann sich mit einem Klick einen neuen anfordern. Der Wert **0** schaltet den Ablauf ab. Empfehlung: bei 72 Stunden bleiben – kürzere Fristen erhöhen spürbar die Zahl der Rückfragen.

Unbestätigte Konten löschen nach *(Standard: 0, also aus)* – nach wie vielen Tagen nie bestätigte Konten selbsttätig entfernt werden. Gelöscht wird ausschließlich, wer noch in der Wartegruppe sitzt **und** keine einzige Bestellung im Shop hat. Jede Löschung wird protokolliert. Einzelheiten in Abschnitt 4.4.

Content Opt-In gestartet · **Content offenes Opt-In** · **Content Registrierung** · **Content Login** · **Content Opt-In erfolgreich** – die fünf Anzeigeseiten, die der Besucher an den passenden Stellen zu sehen bekommt. Die Nummern trägt die Installation selbst ein; Sie müssen hier nur dann etwas ändern, wenn Sie eigene Inhaltsseiten verwenden möchten. Welche Seite wann erscheint und wie Sie sie gestalten, steht in Kapitel 7.

3.3 UMGANG MIT GESPERRTEN KUNDEN

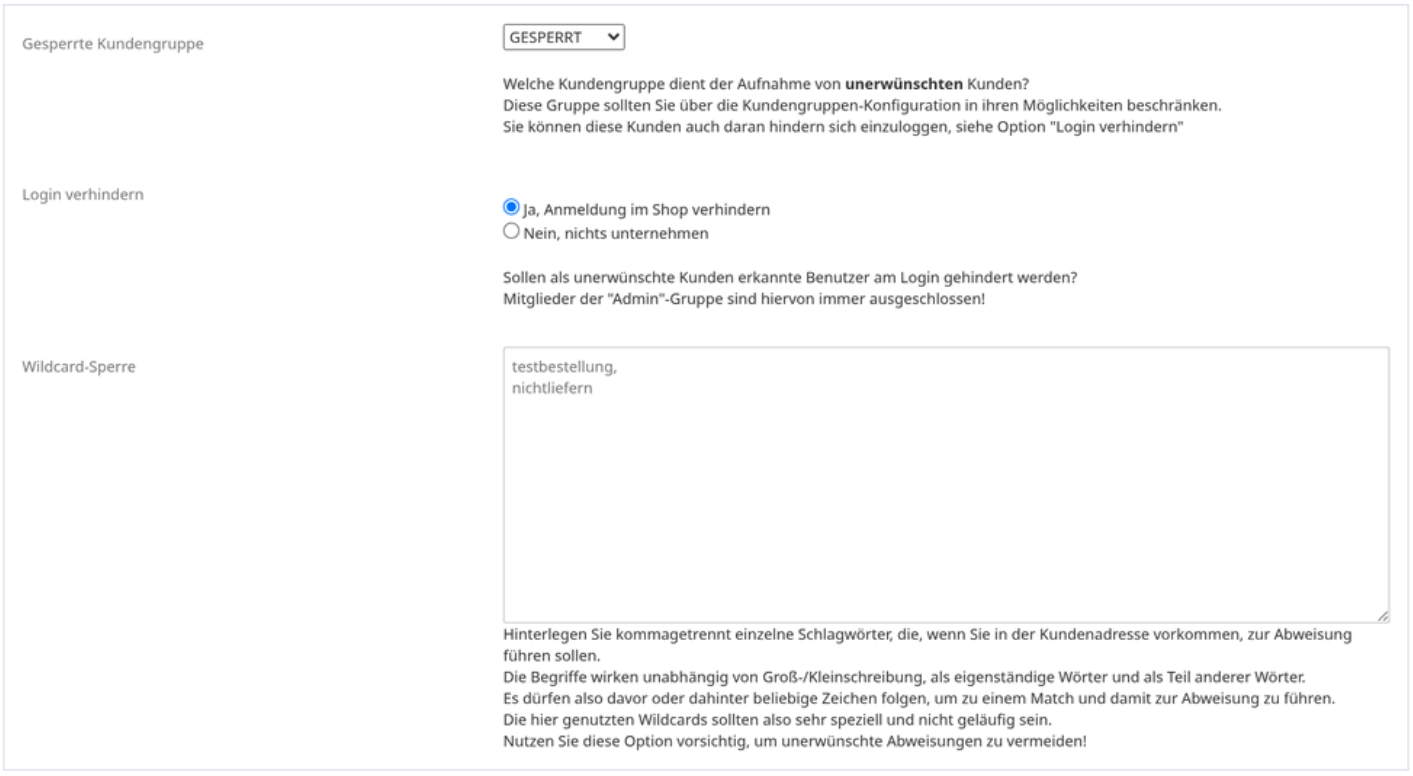


Abbildung 2: Kundengruppe für unerwünschte Kunden, Login-Sperre und Wildcard-Sperre

Gesperrte Kundengruppe *(Standard: leer)* – eine Kundengruppe, deren Mitglieder für das Modul grundsätzlich als unerwünscht gelten, unabhängig von allen Sperrlisten. Der bequeme Weg für den Einzelfall: Sie verschieben ein Konto im Backend in diese Gruppe, und das Modul erledigt den Rest (Abschnitt 6.5).

Login verhindern *(Standard: Nein)* – entscheidet, was beim Anmeldeversuch eines unerwünschten Kunden passiert. Bei „Nein“ kommt er weiterhin in sein Konto und ist nur durch die Rechte seiner Gruppe eingeschränkt. Bei „Ja“ wird die Anmeldung abgebrochen und er sieht die Hinweisseite. Mitglieder der Admin-Gruppe sind davon immer ausgenommen – Sie können sich also nicht selbst aussperren.

Wildcard-Sperre *(Standard: leer)* – einzelne Schlagwörter, die zur Abweisung führen, sobald sie irgendwo in der Kundenadresse vorkommen. Das schärfste Werkzeug im Modul; lesen Sie vor dem ersten Eintrag unbedingt Abschnitt 6.4.

3.4 DIE SPERRLISTEN

Jede Sperrliste ist für sich abschaltbar: **Eine leere Liste prüft nicht.** Sie können also klein anfangen und nur die Listen befüllen, die Sie wirklich brauchen. Alle Listen werden kommagetrennt befüllt; ein Eintrag pro Zeile ist ebenfalls in Ordnung. Groß- und Kleinschreibung spielt keine Rolle.

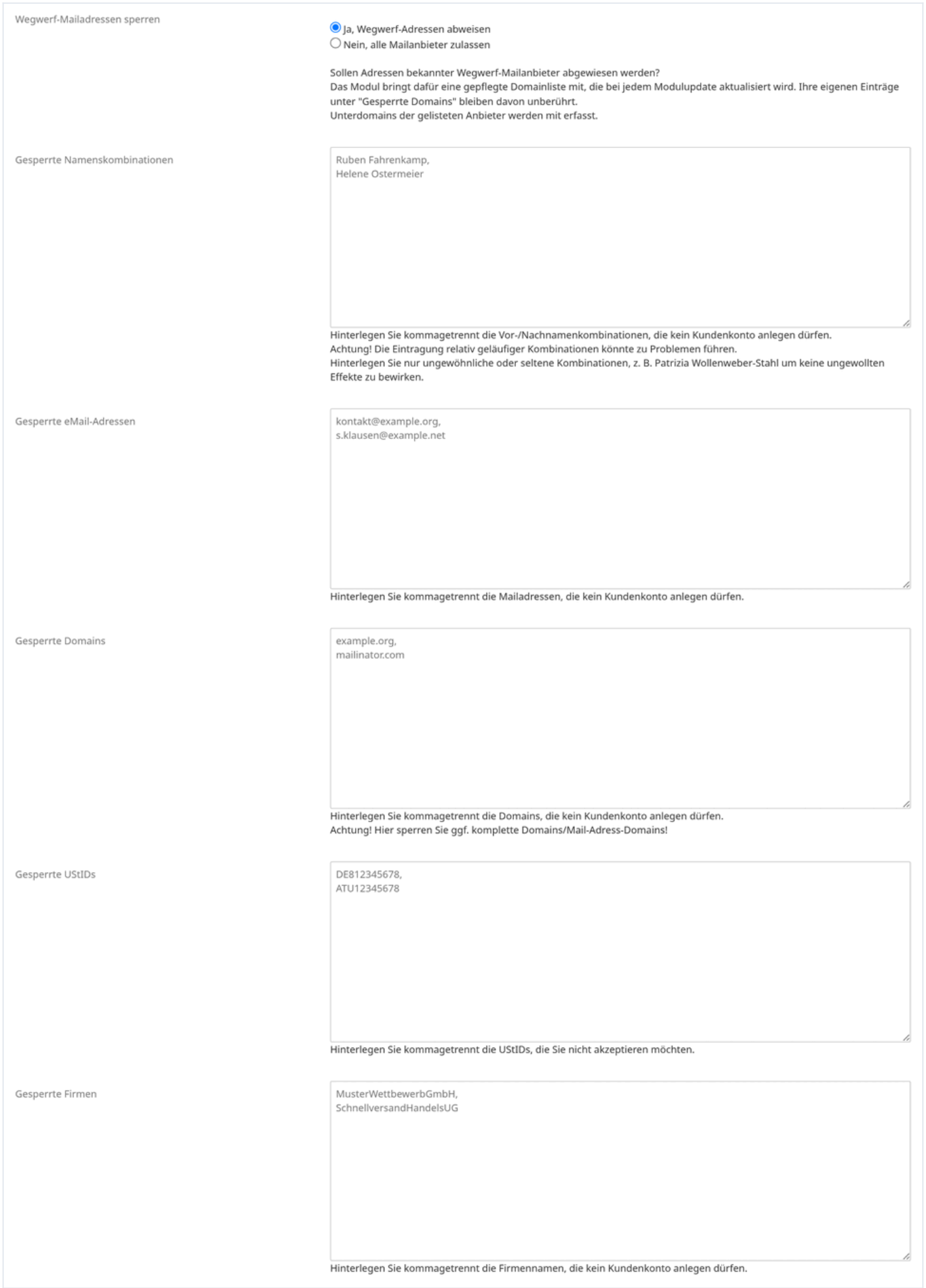


Abbildung 3: Wegwerf-Adressen sowie die Sperrlisten für Namen, Mailadressen, Domains, USt-IDs und Firmen

Wegwerf-Mailadressen sperren *(Standard: Nein)* – weist Adressen bekannter Wegwerf-Mailanbieter ab. Das Modul bringt dafür eine gepflegte Domainliste mit, die mit jedem Modulupdate aktualisiert wird; Ihre eigenen Einträge bleiben davon unberührt. Einzelheiten in Abschnitt 6.2.

Gesperrte Namenskombinationen – Vor- und Nachname zusammen, z. B. `Patrizia Wollenweber-Stahl`. Nur für ungewöhnliche Namen sinnvoll; ein häufiger Name trifft zwangsläufig auch Unbeteiligte.

Gesperrte eMail-Adressen – die präziseste Sperre. Trifft genau eine Adresse und sonst niemanden. Wenn Sie unsicher sind, welche Liste die richtige ist: Nehmen Sie diese.

Gesperrte Domains – sperrt alle Adressen einer Domain. Nützlich gegen einen Wettbewerber, der aus dem eigenen Haus heraus mitliest. Mit Bedacht einsetzen: Eine große Freemail-Domain sperrt sehr viele echte Kunden mit.

Gesperrte UStIDs – die zuverlässigste Sperre im B2B-Geschäft, weil eine USt-ID eindeutig zu einem Unternehmen gehört und sich nicht beliebig neu erfinden lässt.

Gesperrte Firmen – der Firmenname aus der Adresse. Leerzeichen spielen beim Vergleich keine Rolle.



Abbildung 4: Die Sperrlisten mit Länderbezug sowie Telefonnummern und IP-Adressen

Gesperrte Straßen · **Gesperrte Postleitzahlen** · **Gesperrte Städte** – die drei Listen mit Länderbezug. Format `{IsoCode2}-{Wert}`, also z. B. `DE-40213`. Lassen Sie den Ländercode weg, ergänzt das Modul beim Speichern automatisch den Code Ihres

Shopstandorts. Ausführlich in Abschnitt 6.3.

Gesperrte Telefonnummern – Schreibweisen mit Schrägstrich, Punkt, Bindestrich, Klammern und Leerzeichen werden vor dem Vergleich vereinheitlicht. Sie müssen also nicht jede Variante hinterlegen.

Gesperrte IPs – die Internetadresse des Besuchers. Geprüft werden sowohl die Adresse der Verbindung als auch eine abweichende Adresse, die ein vorgeschalteter Dienst meldet – ein Treffer genügt. Wirkt sofort, aber oft nur kurz: Viele Privatanschlüsse bekommen regelmäßig eine neue IP. Als schnelle Notbremse gut, als Dauerlösung ungeeignet.

4. DAS OPT-IN FÜR NEUE KUNDENKONTEN

4.1 SO LÄUFT DAS VERFAHREN AB

Der Besucher registriert sich wie gewohnt. Unmittelbar danach passiert Folgendes:

- Das Konto wird angelegt, aber in die Wartegruppe verschoben. Die ursprüngliche Kundengruppe merkt sich das Modul.
- Der Kunde erhält eine Mail an genau die Adresse, die er bei der Registrierung angegeben hat, mit einem einmaligen Bestätigungslink.
- Der Kunde wird ausgeloggt und sieht eine Hinweisseite.
- Klickt er den Link, wandert das Konto in die ursprüngliche Kundengruppe und ist voll nutzbar. Der Kunde landet auf einer Bestätigungsseite.

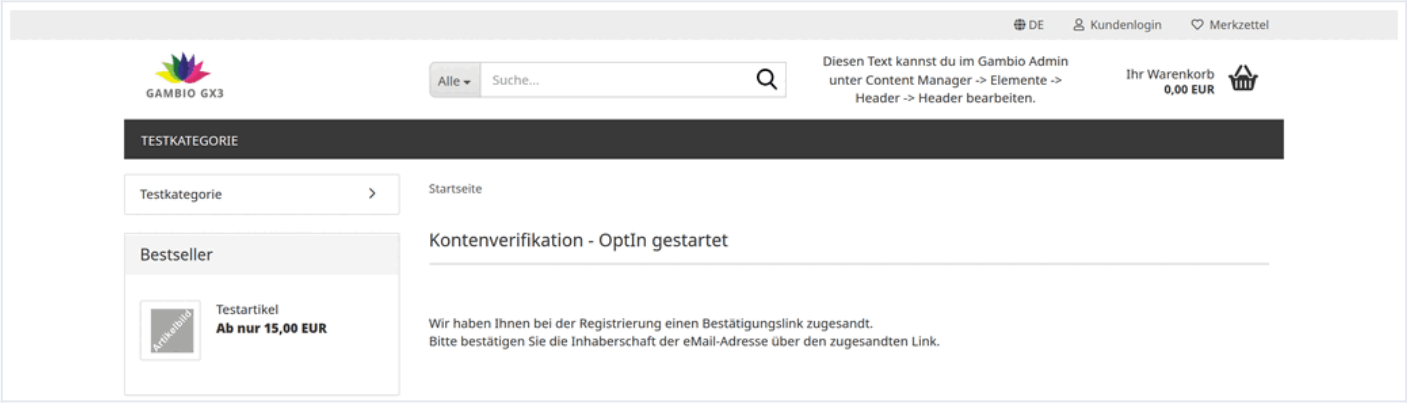


Abbildung 5: Die Seite, die der Besucher direkt nach der Registrierung sieht

Versucht der Kunde sich vorher anzumelden, bricht das Modul den Login ab und zeigt ihm den Hinweis auf das offene Verfahren.

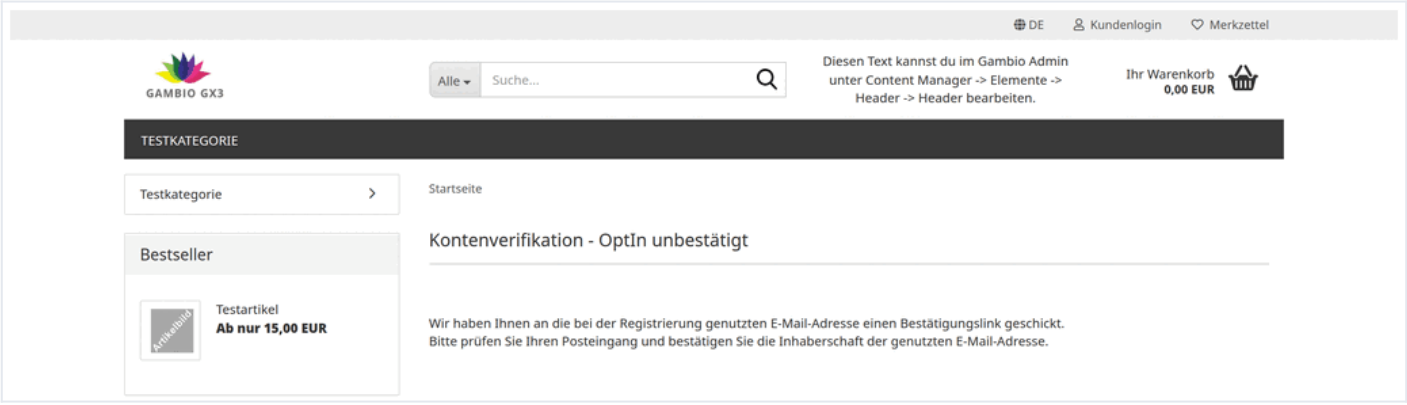


Abbildung 6: Der Hinweis beim Anmeldeversuch vor der Bestätigung

Auf dieser Seite kann er sich den Bestätigungslink erneut zusenden lassen – das hilft, wenn die erste Mail im Spamordner gelandet oder gelöscht worden ist. Wo dieser Link erscheint, bestimmen Sie selbst (Kapitel 7). Der erneute Versand ist mit einer kurzen Wartezeit belegt, damit die Funktion nicht als Mailschleuder missbraucht werden kann; der Link aus der ersten Mail bleibt dabei gültig.

4.2 EINRICHTUNG IN FÜNF SCHRITTEN

Schritt 1: Wartegruppe anlegen. Legen Sie unter „Kunden“ → „Kundengruppen“ eine eigene Gruppe an, z. B. „Opt-In läuft“. Diese

Gruppe sollte so wenig dürfen wie möglich.

Schritt 2: Gruppe eintragen. Im Setup wählen Sie diese Gruppe unter „Gruppe während Opt-In“ aus.

Schritt 3: Opt-In einschalten. Die Option „Konten-Opt-In“ auf „Ja“ stellen – und nicht vergessen, auch den Modulstatus einzuschalten.

Schritt 4: Mailvorlage prüfen. Die Vorlage für die Bestätigungsmail bringt das Modul mit. Sehen Sie sie sich einmal an und passen Sie den Text an Ihre Anrede an (Abschnitt 4.3).

Schritt 5: Testregistrierung. Registrieren Sie sich einmal selbst mit einer Mailadresse, auf die Sie zugreifen können, und gehen Sie den ganzen Weg durch: Hinweisseite, Mail, Link, Bestätigungsseite, Login. Dieser eine Test erspart Ihnen erfahrungsgemäß die meisten späteren Fragen.

4.3 DIE BESTÄTIGUNGSMAIL

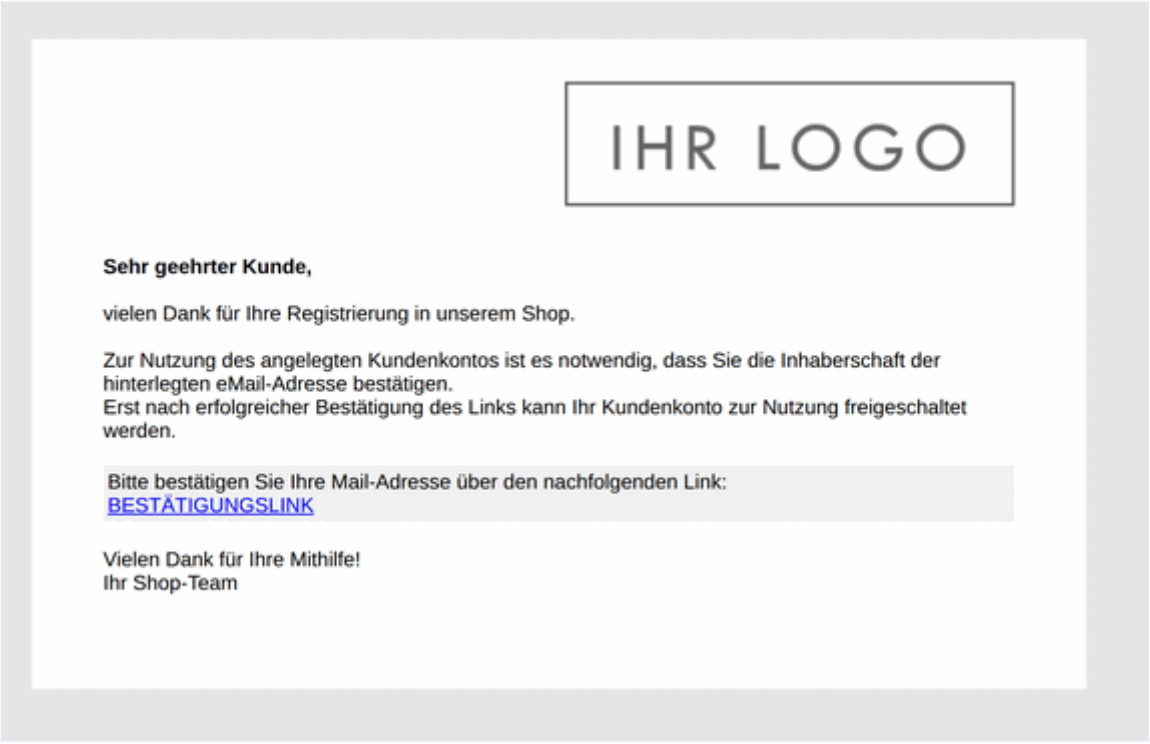


Abbildung 7: Die mitgelieferte Bestätigungsmail in der Auslieferungsfassung

Die Mail wird als Vorlage mitgeliefert und liegt im Backend unter **„Kunden“ → „E-Mails“ → „E-Mail-Vorlagen“** unter dem Namen *Service: Registrierung Opt-In-Mail*. Dort passen Sie Anrede, Wortlaut und Gestaltung an Ihren Shop an.

Es gibt zwei Fassungen: eine HTML-Fassung und eine Textfassung für Mailprogramme, die kein HTML darstellen. Bearbeiten Sie nach Möglichkeit beide, sonst liest ein Teil Ihrer Kunden einen veralteten Text.

In der Vorlage stehen Platzhalter, die das Modul beim Versand ersetzt:

Platzhalter	Fassung	Inhalt
ACCOUNT_APPROVAL_LINK	HTML	Der fertige Bestätigungslink als anklickbarer Text. **Ohne ihn kann der Kunde sein Konto nicht freischalten.**
ACCOUNT_APPROVAL_URL	Text	Dieselbe Adresse als nackte Zeile zum Kopieren – in der Textfassung gehört dieser Platzhalter hin, nicht der obere.
CUSTOMERS_NAME	beide	Vor- und Nachname des Kunden
CUSTOMERS_FIRSTNAME	beide	nur der Vorname
CUSTOMERS_LASTNAME	beide	nur der Nachname
CUSTOMERS_GENDER	beide	Anrede-Kennzeichen des Kunden, für eine geschlechtsbezogene Ansprache
gm_logo_mail	HTML	Ihr Shoplogo, sofern in den Shopeinstellungen für Mails hinterlegt
EMAIL_SIGNATURE_HTML EMAIL_SIGNATURE_TEXT	HTML / Text	Ihre Shop-Signatur aus den Shopeinstellungen

Der Betreff der Mail und die Beschriftung des Links sind Modultexte und werden über die Shopfunktion „Texte ändern“ angepasst (Abschnitt 10.2).

Die Mail geht immer in der Sprache heraus, in der sich der Kunde registriert hat. Stoßen Sie den Versand aus der Backend-Übersicht an, wird die Standardsprache Ihres Shops verwendet.

4.4 GÜLTIGKEIT DES LINKS UND AUFRÄUMEN

Ein Bestätigungslink, der ewig gilt, ist ein Schlüssel, der ewig irgendwo herumliegt – im Posteingang, im Papierkorb, in einem Mailarchiv. Deshalb hat er eine Gültigkeitsdauer. Klickt der Kunde einen abgelaufenen Link an, wird sein Konto *nicht* freigeschaltet; er sieht stattdessen einen Hinweis und kann sich mit einem Klick einen frischen Link anfordern.

Unabhängig davon sammeln sich mit der Zeit Konten an, die nie bestätigt wurden. Mit der Option „Unbestätigte Konten löschen nach“ räumt das Modul diese selbsttätig weg. Das geschieht bewusst sehr vorsichtig: Gelöscht wird ausschließlich, wer *noch in der Wartegruppe sitzt* und *keine einzige Bestellung im Shop hat*. Ein Konto mit Bestellhistorie wird nie angefasst.

Das Löschen ist endgültig. Deshalb ist die Voreinstellung **0**, also aus – das Entfernen von Kundendaten soll eine bewusste Entscheidung bleiben. Jede Löschung wird protokolliert.
Der Aufräumlauf startet einmal täglich, sobald jemand das Backend öffnet. Sie sehen den Zeitpunkt des letzten Laufs in der Übersicht (Kapitel 5) und können ihn dort auch von Hand anstoßen.

4.5 GASTBESTELLUNGEN

Ein Opt-In setzt ein Kundenkonto voraus. Bei einer Gastbestellung entsteht keines, deshalb lässt sich dieser Bestellweg nicht per Opt-In absichern – das Modul lässt Gastbestellungen bewusst unangetastet durchlaufen. Sind Gastbestellungen in Ihrem Shop erlaubt, weist das Setup Sie mit einem Hinweis darauf hin. Wenn Sie erreichen möchten, dass wirklich jede Bestellung von einer bestätigten Mailadresse kommt, müssen Sie Gastbestellungen in den Shopeinstellungen abschalten.

Die Sperrlisten des Kundenblockers greifen dagegen auch bei Gastbestellungen.

5. DIE ÜBERSICHT OFFENER BESTÄTIGUNGEN

Unter **„Kunden“ → „Offene Kontenbestätigungen“** sehen Sie auf einen Blick, wer gerade auf seine Bestätigung wartet. Das ist die Seite, die Sie im Alltag brauchen: Wenn ein Kunde anruft, weil er nicht in sein Konto kommt, finden Sie ihn hier in Sekunden und können ihm sofort helfen.

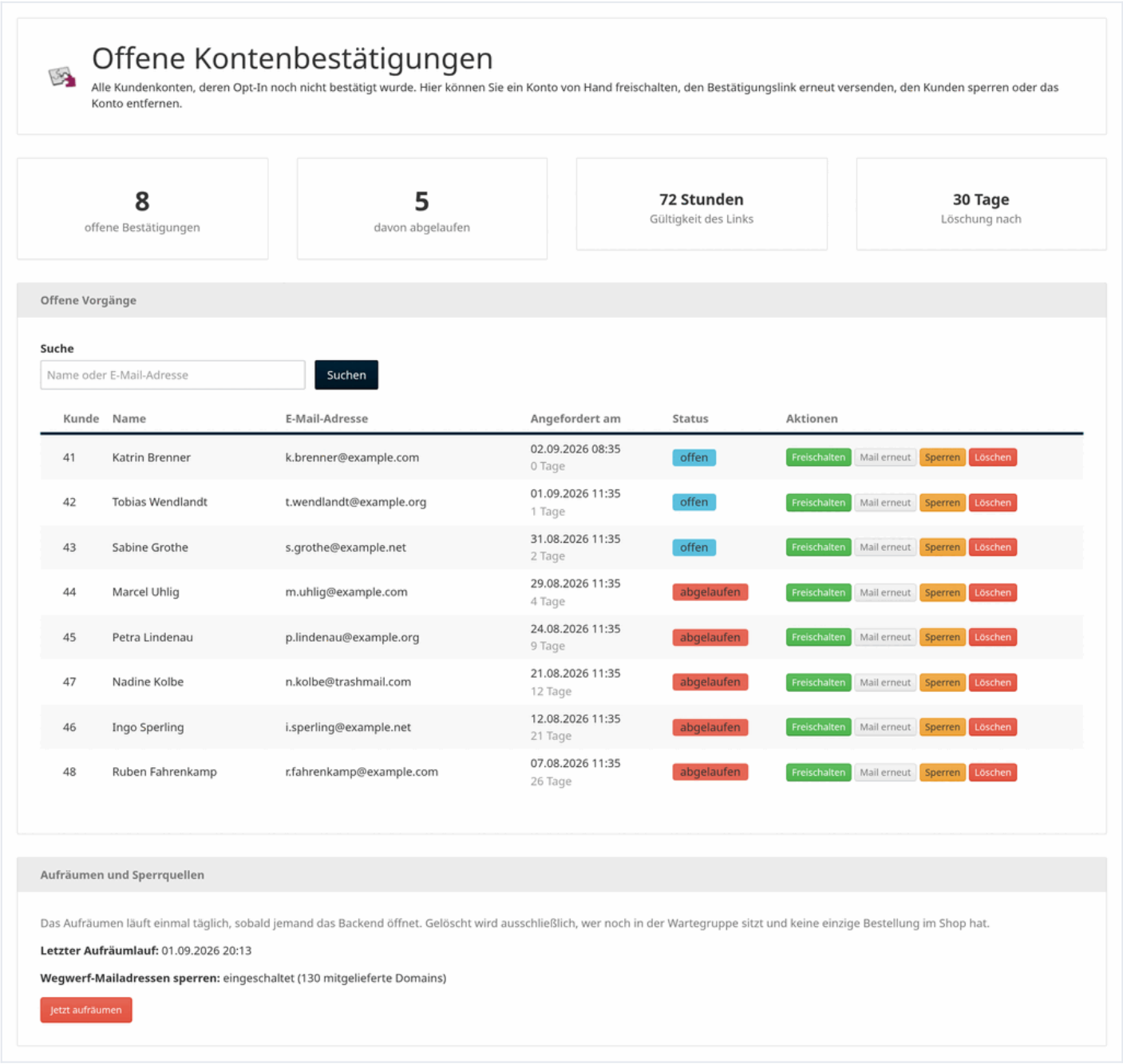


Abbildung 8: Die Übersicht der offenen Kontenbestätigungen mit Kennzahlen, Liste und Aufräumbereich

Vier Kennzahlen stehen oben: die Zahl der offenen Vorgänge, wie viele davon bereits abgelaufen sind, die eingestellte Gültigkeitsdauer und die Aufbewahrungsfrist. Darunter folgt die Liste mit Kundennummer, Name, Mailadresse, Zeitpunkt der Anforderung, Alter in Tagen und Zustand (offen oder abgelaufen). Über das Suchfeld finden Sie einen Kunden nach Name oder Mailadresse.

Je Zeile stehen vier Aktionen zur Verfügung:

- **Freischalten** – schaltet das Konto von Hand frei, genau so, als hätte der Kunde den Link angeklickt. Der richtige Weg, wenn Sie den Kunden persönlich kennen oder er die Mail nachweislich nie erhalten hat.
- **Mail erneut** – versendet die Bestätigungsmail sofort noch einmal. Die Wartezeit, die für den Kunden gilt, greift hier nicht: Sie lösen den Versand ja selbst aus. Ist der Link bereits abgelaufen, bekommt der Kunde automatisch einen frischen.
- **Sperren** – übernimmt die Merkmale dieses Kunden in Ihre Sperrlisten (Abschnitt 6.6).
- **Löschen** – entfernt das unbestätigte Konto endgültig.

Jede dieser Aktionen fragt vorher in einem Fenster nach, damit kein Konto durch einen versehentlichen Klick verschwindet oder freigeschaltet wird.

Ganz unten steht der Bereich **„Aufräumen und Sperrquellen“**: der Zeitpunkt des letzten Aufräumlaufs, ein Knopf, um ihn sofort zu starten, sowie der Zustand der Wegwerf-Domainliste samt der Zahl der mitgelieferten Domains.

6. DER KUNDENBLOCKER

Der Kundenblocker prüft an zwei Stellen: bei der **Registrierung** (bevor das Konto entsteht) und bei der **Anmeldung** (bevor der Kunde in den Shop kommt). Geprüft werden die Daten aus dem Formular bzw. die Standardadresse des Kundenkontos.

6.1 DIE SPERRLISTEN IM ÜBERBLICK

Welche Liste wofür gedacht ist und wie genau sie trifft, fasst diese Tabelle zusammen. Die Beschreibung der einzelnen Setup-Felder steht in Abschnitt 3.4.

Sperrliste	Geprüftes Feld	Trefferbild
Gesperrte eMail-Adressen	Mailadresse	genau diese eine Adresse
Gesperrte Domains	Teil hinter dem @	alle Adressen dieser Domain
Gesperrte Namenskombinationen	Vor- und Nachname	nur die vollständige Kombination
Gesperrte Firmen	Firma der Adresse	der ganze Firmenname
Gesperrte UStIDs	USt-ID des Kontos	genau diese Nummer
Gesperrte Telefonnummern	Telefon	die Nummer, schreibweisenunabhängig
Gesperrte Straßen	Straße	Straße im angegebenen Land
Gesperrte Postleitzahlen	Postleitzahl	PLZ im angegebenen Land
Gesperrte Städte	Ort	Ort im angegebenen Land
Gesperrte IPs	Adresse des Besuchers	genau diese IP
Wildcard-Sperre	fast die ganze Adresse	auch als Teil eines Wortes – siehe 6.4

6.2 WEGWERF-MAILADRESSEN

Ein großer Teil der Konten, die nie bestätigt werden, entsteht mit Wegwerf-Adressen: Diensten, bei denen man sich in Sekunden ein Postfach erzeugt, das nach zehn Minuten wieder verschwindet. Wer so ein Postfach nutzt, will kein Kundenkonto, sondern meist nur einen Gutschein, einen Download oder einen Neukundenrabatt.

Die Option „Wegwerf-Mailadressen sperren“ weist solche Adressen bei der Registrierung ab. Auch Unterdomains der gelisteten Anbieter werden erfasst. Diese Liste ist bewusst von Ihrer eigenen Domain-Sperrliste getrennt: Ihre Einträge bleiben bei einem Update unangetastet, und Sie müssen keine hundert fremden Domains in Ihrem Setup mitschleppen. Wie viele Domains die mitgelieferte Liste umfasst, sehen Sie in der Übersicht (Kapitel 5).

Solche Listen sind nie vollständig, weil laufend neue Dienste entstehen. Sie senken den Anteil spürbar, ersetzen aber das Opt-In nicht – im Zusammenspiel wirken beide am besten.

6.3 SPERRLISTEN MIT LÄNDERBEZUG

Straßen, Postleitzahlen und Städte gibt es in jedem Land, und sie überschneiden sich. Damit eine Sperre nicht versehentlich im Nachbarland zuschlägt, tragen diese drei Listen einen Länderbezug:

```
DE-40213
AT-1010
Ahornweg 12
```

Der zweistellige Ländercode vor dem Bindestrich sagt, für welches Land der Eintrag gilt. Lassen Sie ihn weg, ergänzt das Modul beim Speichern automatisch den Ländercode Ihres Shopstandorts – im Beispiel oben würde aus der dritten Zeile also `DE-Ahornweg12`. Sehen Sie sich die Liste nach dem Speichern einmal an; so sehen Sie sofort, wie das Modul Ihre Eingabe verstanden hat.

6.4 DIE WILDCARD-SPERRE

Die Wildcard-Sperre ist das schärfste Werkzeug im Modul – und das einzige, mit dem Sie sich ernsthaft Schaden zufügen können. Sie durchsucht praktisch die gesamte Adresse nach den hinterlegten Begriffen: Vorname, Nachname, Mailadresse, Straße, Adresszusatz, Postleitzahl, Ort, Firma, Telefon und Fax.

Entscheidend ist: Ein Begriff muss nicht für sich allein stehen, er darf auch *Teil* eines anderen Wortes sein.

Das Beispiel aus der Praxis: Wer hier **Martin** hinterlegt, sperrt damit nicht nur jeden Kunden dieses Namens, sondern auch jeden Bewohner der *Martinstraße* und jeden Mitarbeiter der *St. Martin GmbH*.
Nutzen Sie diese Liste deshalb ausschließlich für sehr spezielle Zeichenfolgen, die in einer normalen Adresse nicht vorkommen können. Und prüfen Sie nach jeder Erweiterung, ob die Registrierung noch funktioniert.

6.5 DIE GESPERRTE KUNDENGRUPPE

Neben den Listen können Sie eine komplette Kundengruppe als „unerwünscht“ kennzeichnen. Wer in dieser Gruppe steht, gilt für das Modul als abgewiesen – unabhängig davon, was in den Sperrlisten steht. Legen Sie die Gruppe unter „Kunden“ → „Kundengruppen“ an und beschränken Sie ihre Rechte dort so weit, wie es Ihnen sinnvoll erscheint. Was beim nächsten Anmeldeversuch passiert, entscheidet die Option „Login verhindern“.

6.6 EINEN KUNDEN PER KNOPFDRUCK SPERREN

Sperrlisten von Hand zu pflegen ist mühsam und fehleranfällig: Man muss den Kundendatensatz öffnen, die Mailadresse herauskopieren, ins richtige Setup-Feld wechseln, an der richtigen Stelle einfügen, an das Komma denken. Genau dafür gibt es in der Übersicht (Kapitel 5) den Knopf **„Sperren“**.

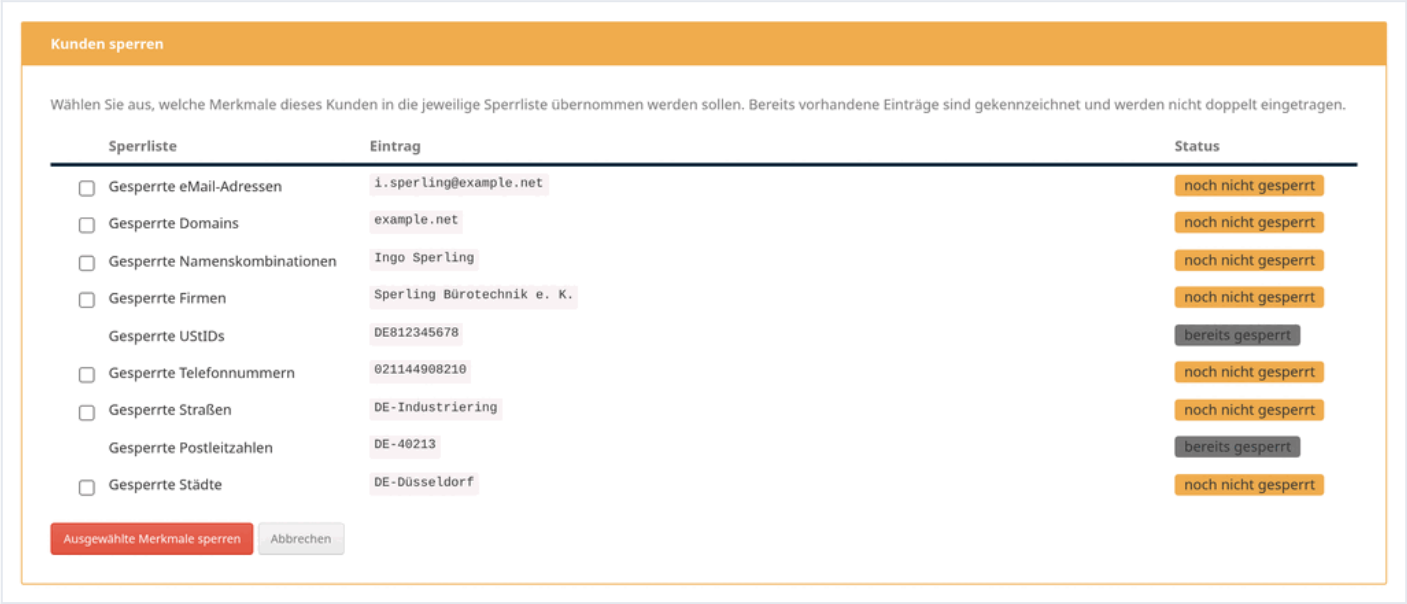


Abbildung 9: Die Sperrvorschläge zu einem Kunden - bereits vorhandene Einträge sind gekennzeichnet

Er zeigt Ihnen eine Tabelle mit allen Merkmalen dieses Kunden, die sich sperren ließen. Zu jedem Merkmal steht der Eintrag genau so, wie er in der Sperrliste landen würde, samt Ländercode, wo die Liste einen verlangt.

Sie setzen die Häkchen bei dem, was gesperrt werden soll, und bestätigen. Merkmale, die bereits in der jeweiligen Liste stehen, sind als solche gekennzeichnet und lassen sich gar nicht erst auswählen – ein Eintrag kann so nicht doppelt entstehen. Jede Sperrung wird protokolliert.

Ein Rat aus der Praxis: Setzen Sie im Zweifel nur das Häkchen bei der Mailadresse. Sie trifft genau den Richtigen. Domain, Straße oder Ort treffen immer auch Unbeteiligte – das ist manchmal gewollt, sollte aber eine bewusste Entscheidung sein.

6.7 WAS PASSIERT, WENN JEMAND ABGEWIESEN WIRD

Bei der Registrierung wird kein Konto angelegt; der Besucher landet auf einer neutral formulierten Hinweisseite. Bei der Anmeldung wird der Login abgebrochen und der Kunde auf die entsprechende Seite geleitet.

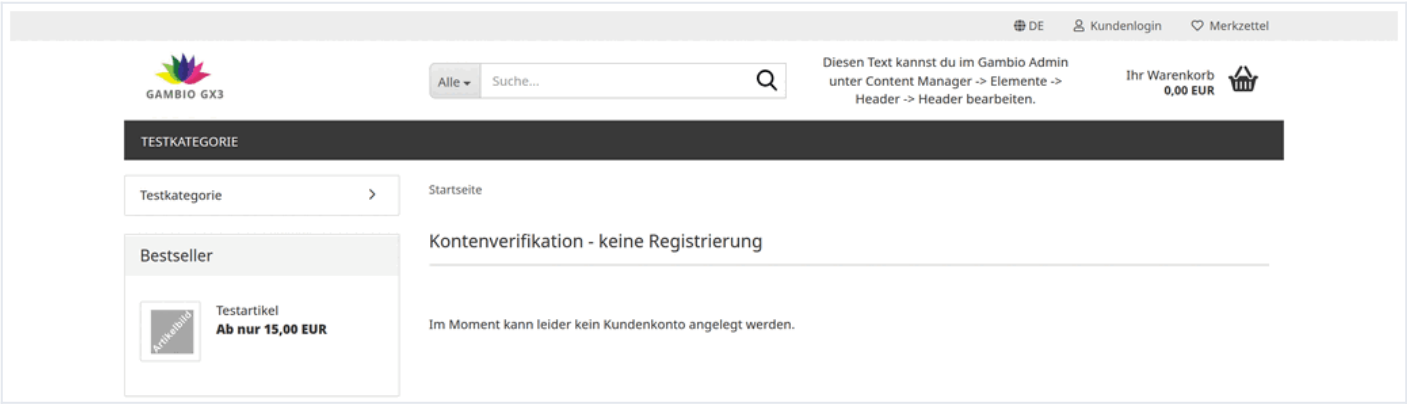


Abbildung 10: Die Hinweisseite nach einer abgewiesenen Registrierung

In beiden Fällen nennt der Shop bewusst keinen Grund – wer erfährt, an welchem Merkmal er gescheitert ist, umgeht die Sperre beim nächsten Versuch.

Für Sie ist der Vorgang nachvollziehbar: Jede Abweisung wird protokolliert, mit dem Merkmal, das gegriffen hat, sowie Name, Mailadresse und IP des Besuchers. Wenn ein Kunde sich bei Ihnen meldet, weil er sich nicht registrieren kann, finden Sie dort in Sekunden die Ursache.

7. DIE ANZEIGESEITEN ANPASSEN

Das Modul bringt fünf Seiten mit, die es dem Besucher an den passenden Stellen zeigt:

Setup-Feld	Wann die Seite erscheint
Content Opt-In gestartet	direkt nach der Registrierung
Content offenes Opt-In	beim Anmeldeversuch vor der Bestätigung
Content Opt-In erfolgreich	nach dem Klick auf den Bestätigungslink
Content Registrierung	wenn eine Sperrliste bei der Registrierung greift
Content Login	wenn eine Sperrliste bei der Anmeldung greift

Diese Seiten werden bei der Installation als ganz normale Content-Seiten in Ihrem Shop angelegt, in Deutsch und Englisch. Sie bearbeiten sie deshalb wie jede andere Inhaltsseite unter **„Shop“ → „Inhalte“** – mit Ihren Formulierungen, Ihrem Layout und Ihren Bildern. Die zugehörigen Nummern stehen im Setup; wenn Sie eigene Seiten verwenden möchten, tragen Sie dort einfach deren Nummern ein.

Zwei weitere Hinweise – der bei ungültigem und der bei abgelaufenem Bestätigungslink – kommen als Modultexte aus den Sprachdateien und werden über „Texte ändern“ angepasst.

Auf den beiden Opt-In-Seiten können Sie den Platzhalter `{$RESENDLINK}` setzen. An dieser Stelle blendet das Modul dem betroffenen Kunden den Link zum erneuten Zusenden der Bestätigungsmail ein. Wo der Platzhalter fehlt, erscheint der Link nicht – und wo er für einen Besucher ohne offenes Verfahren keinen Sinn ergibt, verschwindet er von selbst.

Sorgen Sie dafür, dass die Seiten für alle Kundengruppen sichtbar sind. Das Modul stellt das selbsttätig sicher – sonst würde ausgerechnet der abgewiesene Kunde eine leere Seite sehen.

8. EMPFEHLUNGEN FÜR DEN PRAXISEINSATZ

Fangen Sie mit dem Opt-In an, nicht mit den Sperrlisten. Das Opt-In wirkt sofort und trifft niemanden zu Unrecht. Die Sperrlisten brauchen Pflege und Augenmaß.

Schalten Sie die Wegwerf-Adressen dazu. Das ist die wirkungsvollste Einstellung mit dem geringsten Risiko: Sie trifft nur Postfächer, die ohnehin in zehn Minuten nicht mehr existieren.

Bevorzugen Sie präzise Merkmale. Eine einzelne Mailadresse oder eine USt-ID trifft genau den Richtigen. Eine Postleitzahl, eine Domain oder gar eine Wildcard trifft immer auch Unbeteiligte – und die merken Sie nicht, weil abgewiesene Kunden sich selten beschweren, sondern einfach woanders kaufen.

Testen Sie nach jeder Erweiterung. Legen Sie sich eine Testadresse zur Seite und gehen Sie damit einmal durch die Registrierung. Das dauert eine Minute und deckt Fehleinträge sofort auf.

Schauen Sie regelmäßig ins Protokoll und in die Übersicht. Deutlich mehr Abweisungen als erwartet bedeuten, dass eine Ihrer Listen zu breit geraten ist. Viele abgelaufene Bestätigungen bedeuten meist, dass Ihre Mails im Spamordner landen.

Rechnen Sie damit, dass Kunden nachfragen. Ein Kunde, der auf seine Bestätigungsmail wartet, schreibt Ihnen. Halten Sie eine kurze Standardantwort bereit, die auch den Spamordner erwähnt.

9. HÄUFIGE STOLPERSTEINE

„Die Bestätigungsmail kommt nicht an." In den allermeisten Fällen liegt sie im Spamordner. Kommt sie auch dort nicht an, prüfen Sie zuerst, ob Ihr Shop überhaupt Mails versendet – etwa, indem Sie sich eine Bestellbestätigung zuschicken lassen. Scheitert der Versand, bleibt die Registrierung trotzdem heil: Der Kunde landet auf der Hinweisseite, sein Bestätigungscode ist gespeichert, im Protokoll steht der Grund – und über „Mail erneut" in der Übersicht holen Sie den Versand nach.

„Der Kunde hängt in der Wartegruppe fest." Nutzen Sie in der Übersicht den Knopf „Freischalten". Alternativ verschieben Sie das Konto im Backend von Hand in die richtige Kundengruppe; das Modul räumt den offenen Vorgang beim nächsten Login des Kunden selbständig auf.

„Der Kunde sagt, sein Link funktioniere nicht." Sehen Sie in der Übersicht nach: Steht dort „abgelaufen", hat er zu lange gewartet. Ein Klick auf „Mail erneut" erzeugt einen frischen Link.

„Das Opt-In passiert einfach nicht." Prüfen Sie beides: Steht der Modulstatus auf „Eingeschaltet" *und* „Konten-Opt-In" auf „Ja"? Und ist unter „Gruppe während Opt-In" wirklich eine Gruppe ausgewählt? Ohne sie läuft das Verfahren nicht an.

„Die Sperrliste greift nicht." Prüfen Sie in dieser Reihenfolge: Steht der Modulstatus auf „Eingeschaltet"? Steht der Eintrag in der richtigen Liste? Haben Straße, Postleitzahl oder Ort den Ländercode? Und bei der Anmeldung: Steht „Login verhindern" auf „Ja"?

„Plötzlich kann sich niemand mehr registrieren." Das ist fast immer ein zu allgemeiner Wildcard-Eintrag. Leeren Sie die Wildcard-Sperre und testen Sie erneut.

„Der Kunde sieht nach der Registrierung eine leere Seite." Dann verweist das Setup auf eine Content-Nummer, die es nicht (mehr) gibt oder die keinen Text in der aufgerufenen Sprache hat. Pflegen Sie die Seite unter „Shop" → „Inhalte" in *allen* aktiven Sprachen.

10. SHOP-UPDATES, TEXTE ANPASSEN UND MODULPFLEGE

10.1 SHOP-UPDATE UND VERSIONSPFLEGE

Bevor Sie ein Service Pack oder ein Master-Update Ihres Shops einspielen oder beauftragen: Prüfen Sie vorher, ob dieses Modul und die Modulumgebung für die neue Shopversion freigegeben sind. Fragen Sie im Zweifel bei uns nach – das kostet eine kurze Mail und erspart Ihnen einen Shop, der nach dem Update in Teilen nicht mehr funktioniert.

Installieren Sie bei einem Shopupdate immer die **neueste Modulversion und die neueste Version der Modulumgebung** mit. Beide gehören zusammen: Die Module setzen Funktionen der Umgebung voraus, und eine zu alte Umgebung kann ein aktuelles Modul nicht bedienen. Spielen Sie deshalb stets zuerst die Modulumgebung ein und danach die Module.

Führen wir die Aktualisierung Ihres Shops durch, aktualisieren wir vorhandene Xycons-Module und die Modulumgebung immer mit, sofern sie für die Ziel-Shopversion verfügbar sind.

10.2 MODULTEXTE ANPASSEN

Modultexte können Sie – wie bei allen Modulen von uns – über die Shopfunktion **„Texte ändern"** im Admin-Bereich an eigene Bedürfnisse anpassen: etwa den Betreff der Bestätigungsmail, die Beschriftung des Bestätigungslinks, den Hinweis bei einem ungültigen oder abgelaufenen Link oder die Beschriftungen in der Übersicht. Sie brauchen dafür keine Datei zu bearbeiten.

Ihre Änderungen bleiben bei einem Modulupdate erhalten. Die Inhalte der fünf Anzeigeseiten pflegen Sie dagegen im Content-Manager (Kapitel 7), die Mailvorlage unter den E-Mail-Vorlagen (Abschnitt 4.3).



Wir wünschen viel Erfolg beim Einsatz unseres Moduls!

Stand: 2026-09-02 13:16:19