

## ÜBERSICHT: MIET-SHOPS VOM WEBHOSTING-PROVIDER

# Shop inklusive

Wer einen Online-Shop betreiben will, steht vor der Entscheidung, einen Webservice mit Shop zu mieten oder eine individuelle Shop-Lösung zu kaufen und in die vorhandene Website zu integrieren.

VON CHRISTIAN HAASZ UND RENATE SCHÄTZL

Tante Emma musste sich noch keine Gedanken darüber machen, wie sie ihren Laden ins Internet bekommt. Die nachfolgende Händlergeneration mit ihren Computer-, Handy- oder Klamottengeschäften ist indes gut beraten, den Vertriebsweg Internet in ihre Zukunftspläne mit einzubeziehen.

Immerhin haben laut der 13. WWW-Benutzeranalyse des Marktforschungsinstituts Fittkau & Maaß ([www.w3b.de](http://www.w3b.de)) 57,2 Prozent der deutschen Surfer vor, via Internet einzukaufen, 31,2 Prozent werden vielleicht online shoppen. Auch wenn der Absatz über den Webshop noch nicht zum täglichen Konsumleben gehört, suchen die Kunden im Web schon lange nicht mehr nur nach PC-Zubehör und Büchern. Von der Krawatte bis zur Fotokamera wird gekauft, was gebraucht wird. Sind Online-Händler dazu noch in der Lage, die Preise des Ladengeschäfts um die Ecke zu unterbieten, und kommt der Service des Online-Shops ebenfalls nicht zu kurz, spricht kaum noch etwas gegen den Einkauf im Internet.

## ■ Übersicht Miet-Shops

Um Ihnen bei der Suche nach dem passenden Shop zu helfen, haben wir die ISPs in einem Mailing gebeten, uns ihre entsprechenden Tarife zu übermitteln. Aus den eingegangenen Angeboten haben wir nach dem Bewertungsschema auf Seite 76 die neun besten Shops ausgewählt. Die nicht vorgestellten Angebote sind nicht unbedingt schlechter als unsere Top Nine, setzen aber andere Schwerpunkte, die dem von uns angesetzten Maßstab nicht entsprachen. Wir haben die Shops auf Grund der teilweise sehr unterschiedlichen Ansätze keinem Vergleichstest unterzogen und deshalb auch keine Rangliste erstellt. Die vorgestellten Tarife sind am vielseitigsten und sehr gut für kleine und mittelständische Unternehmen geeignet.

## ■ Alles dran

Die vorgestellten Provider bieten alles, was für einen Online-Shop benötigt wird. Je nach Bedarf gibt es Festplattenspeicher, Transfervolumen in festgelegten

Kontingenten oder unbegrenzter Höhe, Domains und E-Mail-Adressen. Zu diesen Hosting-Features kommen mehr oder weniger flexible Shop-Systeme. Wer seinen Shop selbst zusammenstellen kann und will, bekommt bei den meisten Anbietern eine gewisse Anzahl an vorgefertigten Designs, die um eigene Gestaltungselemente erweitert oder in einigen Fällen noch weitergehend verändert werden können.

## ■ Shop-Features

Die Shop-Angebote unterscheiden sich hinsichtlich der erlaubten Anzahl von Produkten und Kategorien, beim Import und Export von Artikel- und Kundendaten und bei den Auswertungsstatistiken.

Grundsätzliche Zahlungsarten wie Nachnahme, Rechnung und Kreditkarte bieten fast alle ISPs gleichermaßen. Um zusätzlich Systeme wie Paybox nutzen zu können, fallen zum Teil Gebühren für die Integration an. Verschlüsselung per SSL ist nicht immer fester Bestandteil der Angebote, kann aber zumindest optional gebucht werden. Sollen die Kunden auch per Kreditkarte bezahlen, muss die Verschlüsselung auf jeden Fall Bestandteil des Vertrags sein. In Sachen Personalisierung können nicht alle Tarife überzeugen. Individuelle Kundenzugänge, zum Teil sogar mit spezifischen Angeboten und Sonderpreisen, sind die Ausnahme. Vor allem im Hinblick auf gezielte Werbemaßnahmen wäre die Erfassung und Speicherung persönlicher Daten und des Kaufverhaltens wünschenswert. Wichtig, falls der Shop umziehen soll: Zumindest die vorhandenen Artikel- und Kundendaten sollten in einem gängigen Datenbankformat exportierbar sein. Die meisten Provider setzen hier auf CSV- oder Textdateien, die auch beim Import der offline vorbereiteten Daten zum Einsatz kommen.

## ■ Vertragsbedingungen

Die Provider haben natürlich ein nachvollziehbares Interesse an längerfristigen Verträgen. Die Vertragslaufzeiten reichen von einem Monat bis zu einem Jahr. Gerade beim Abschluss eines über

mehrere Monate laufenden Vertrags sollte jedoch unbedingt ein Demo-Shop verfügbar sein. Ein genauer Test durch den Kunden ist vor allem dann wichtig, wenn der Anbieter seine Gebühren für Monate im Voraus haben will.

## ■ Was ist günstiger?

Wer seinen Shop ohne die Hilfe des Providers erstellt und dabei eines der vielen Programme à la »Online-Shop im Eigenbau« verwendet, zahlt neben der monatlichen Webservice-Gebühr für seine Shop-Software nur einmal. Je nach Leistungsfähigkeit kosten die Programme von rund 50 Euro bis zu mehreren hundert Euro. Diese Programme richten sich an Online-Händler, die in der Lage sind, selbst Hand anzulegen. Die gemieteten Online-Shops stellen einen permanenten Kostenfaktor dar. Für jeden Monat, den der Shop im Web steht, wird eine Pauschale fällig, teilweise für mehrere Monate im Voraus. Vorteil dieser Variante ist, dass die Verantwortung für die Funktionalität des Shops beim Provider liegt. Die Kosten solcher Tarife liegen zwischen 20 und 200 Euro pro Monat. Dazu kommen Kosten für Transfervolumen, das über die im Tarif enthaltenen Datenmengen hinausgeht. [AWE]

## Fazit

**Es gibt Online-Shops für Einsteiger mit geringen oder keinen Kenntnissen in Webtechnologie, aber auch für Kunden mit entsprechendem Know-how.**

Wer mit einer überschaubaren Anzahl an Artikeln einen kleinen Laden im Internet betreiben will, muss mit Kosten von rund 50 Euro pro Monat inklusive Webhosting rechnen. Je individueller die Shops gestaltet und je besser sie an vorhandene Systeme beim Kunden angeschlossen werden sollen, desto kostspieliger werden die Tarife. Die von uns überprüften Shops enthalten Webservice und Shop-Software und dürften die meisten Anforderungsprofile kleiner und mittlerer Unternehmen abdecken. Speziallösungen wie von Black Point Arts – hier wird die Shop-Programmierung vom Provider übernommen – sind dann sinnvoll, wenn bereits ein Hosting-Vertrag mit einem anderen ISP besteht. Am günstigsten fährt, wer ein einfaches Hosting-Paket ohne Shop bucht und eines der zahlreichen Programme wie Smartstore oder Shop Factory kauft. Allerdings sollte man bei günstigen Produkten keine allzu großen Erwartungen in die Flexibilität seines Ladens setzen. Hier sind die E-Commerce-Angebote der Internet-Provider vorzuziehen.

## So hat Internet Professionell ausgewählt

Insgesamt 21 Webhosting-Provider haben während unserer Umfrage Ende März/Anfang April ihre Angebote eingeschickt. Wir haben sie im Hinblick auf Tarif- und Shop-Details, Zahlungsverfahren, Shop-Gestaltung und Katalogfunktionen verglichen und die neun besten Tarife für Sie ausgewählt.

### Tarif- und Shop-Details

Unter anderem haben wir überprüft, wie teuer der Shop ist und wie viel Webspace und Transfervolumen enthalten sind. Können die Shop-Daten online und offline gepflegt werden und ist die Anbindung an ein Warenwirtschaftssystem möglich?

### Zahlungsverfahren

Moderne Shops müssen die üblichen Zahlungsformen Kreditkarten, Bankeinzug, Vorkasse, Nachnahme und Rechnung unterstützen. Zusatzpunkte gab es für wei-

tere Zahlungssysteme wie Paybox und zusätzliche Währungen neben dem Euro.

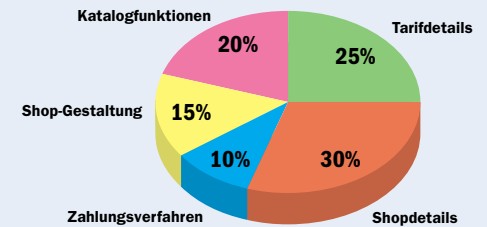
### Shop-Gestaltung

Bei der Shop-Gestaltung sollten vorgefertigte Templates helfen, aber auch möglichst einfache und individuelle Anpassung war gefragt.

### Katalogfunktionen

Eine große Zahl an Kategorien und Artikeln verhilft zu einer guten Bewertung. Außerdem müssen Suchfunktionen das Auffinden von Artikeln erleichtern.

### Gewichtung



Anzeige

## Best of Top Nine



MC-Informatik	87,93
Ccom	87,59
Easynet	86,49
Via-Online	86,42
Schlund+Partner	85,60
1&1	85,31
D&F Webhosting	85,04
Ratiokontakt	80,39
Strato	80,08

**Top Nine:** Diese neun Hosting-Provider haben die besten Online-Shops für kleine und mittelständische Unternehmen im Angebot.

Nmmn	79,91
On-Web	79,23
AT-Virtual	78,86
Artifact	78,13
Rockenstein	77,71
Internet24	77,29
Deunet	76,25
Netdiscounter	74,93
Verio	73,84
Go Internet	72,27
Ision	68,86
Rh-tec	65,10

**Anderer Fokus:** Die Miet-Shops dieser zwölf Provider setzen andere Schwerpunkte oder sind mehr für Privatanbieter interessant und haben somit auch andere Features im Angebot.



## MC-E-Shop

Die Shops von MC-Informatik gehören zu den flexibelsten und besten Shop-Tarifen, die zurzeit erhältlich sind.

Herausragendstes Merkmal ist die große Anpassungsfähigkeit an individuelle

Vorgaben. Der Preis des in der Tabelle gelisteten MC-E-Shop B46 von 79 Euro pro Monat ist für die Funktionalität angemessen.

Der Shop kann in drei Sprachversionen veröffentlicht werden, Standard sind Deutsch und Englisch. Die üblichen Zahlungsarten wie Nachnahme und Kreditkarten sind selbstverständlich, dazu gibt es Trusted Data, I-Clear oder Saferpay. Neue Zahlungsarten integriert der Provider ohne Aufpreis. Für einzelne Kunden und Artikel werden Statistiken angelegt, mit den Auswertungen sind Produkt-Highlights und -Flops schnell auffindig zu machen. Auf Wunsch ist es für den Shop-Betreiber möglich, die Shop-Seiten direkt zu bearbeiten. Ansonsten erfolgt die Pflege

des Systems in erster Linie online, indem die notwendigen Daten und Bilder importiert werden. Die Bilddaten werden beim Upload automatisch in drei Größen abgespeichert. Um bereits vorhandene Artikeldaten beziehungsweise die Informationen eines Warenwirtschaftssystems in den Shop zu integrieren, kommt das CSV- oder ein textbasiertes Format zum Einsatz. Die Anzahl der eingestellten Produkte ist dabei unbegrenzt. Interessant ist die Möglichkeit, passwortgeschützte Kundenzugänge zu erstellen. Der Zahlungsbereich ist SSL-verschlüsselt, weitere Seiten können nach Bedarf mit SSL abgesichert werden.

**Anbieter** MC-Informatik  
**Internet** [www.mc-informatik.de](http://www.mc-informatik.de)  
**Preis** ab 79 Euro