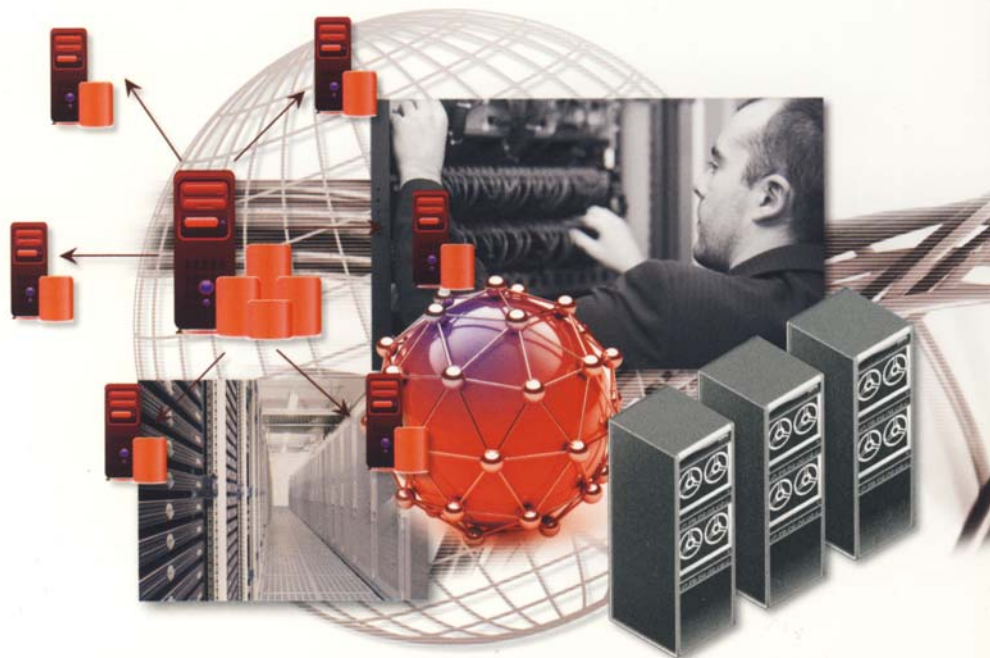


Internet World Business Guide

Webhosting

Domains - Performance - Security



So finden Sie den richtigen Dienstleister

Anzeige

Die ganze Welt der Domains.

www.united-domains.de

united domains



So finden Sie den richtigen Hostler

Die Auswahl des passenden Hosters erfolgt in mehreren Schritten. Zunächst muss geklärt werden, was ausgelagert werden soll, danach erfolgt die Entscheidung, an welchen Hostler

Bevor Sie sich für einen der Anbieter am Markt entscheiden, sollten Sie sich einen möglichst genauen Überblick darüber verschaffen, was Sie für Ihr Internet-Projekt tatsächlich benötigen.

Sollen interaktive Elemente oder gar ein vollständiger Flash-Film zum Einsatz kommen, steigen die Anforderungen deutlich an. Unternehmen, die mit ihrem Auftritt direkt oder indirekt Umsatz generieren wollen, sind auf eine hohe Ausfallsicherheit und eine gute Performance angewiesen.

Hosting-Pakete weisen in vielen Fällen ein monatliches Traffic-Limit auf. Dabei zählen zum Traffic nicht nur die reinen Downloads der Seite, also die Abrufe, sondern auch der über die Domain ablaufende E-Mail-Verkehr und der

FTP-Up- und -Download. Meistens sind die angebotenen Volumina jedoch groß genug für Standard-Webseiten, die weder ein besonders hohes E-Mail-Aufkommen noch viele multimediale Inhalte bieten.

Für einen Internet-Auftritt, der aus einem Content Management System wie TYPO3, einer Foren-Software, einem Blog und einem Shop-System besteht, genügt oftmals bereits ein Managed-Hosting-Paket. Dabei hat der Administrator nicht nur Zugriff auf die wichtigsten Stellschrauben solcher Systeme, wie Initialisierungs- und Konfigurationsdateien, derartige Pakete unterstützen zudem auch alle benötigten Skriptsprachenunterstützungen, die man für einen erfolgreichen Betrieb benötigt.

Die meisten Angebote der Hostler sind skalierbar und Umzüge von einem kleineren Angebot auf ein größeres sind ohne Probleme innerhalb weniger Stunden möglich. Unternehmer, die trotz der intensiven Planung nicht genau einschätzen können, welches Paket das günstigste für sie ist, sollten daher mit dem kleinstmöglichen anfangen. Der Vorteil großer Pakete ist, dass sie ein größeres Angebot an technischen Features bereitstellen.

Einen eigenen Server zu betreiben, ist zwar einerseits recht komfortabel, da man jederzeit den Überblick über alle Bestandteile des Systems hat, andererseits ist dies auch die teuerste Lösung. Denn die Techniker müssen die eingesetzte Software immer auf dem neuesten Stand halten und die entsprechenden Updates und Patches einpflegen.

Aus welchen Gründen haben Sie sich für Ihren Webhoster entschieden?



Quelle: repräsentative Online-Befragung der GfK SE im Auftrag der Strato AG, n = 514 Webhosting-Kunden

Zudem ist ein regelmäßiges Backup aller Daten unabdingbar. Diese sollten redundant gespeichert werden, um in jedem Fall eine verfügbare Datensicherung zu haben. Und auch an eine schnelle Reparatur des Servers, für die die entsprechenden Teile vorrätig sein sollten, muss gedacht werden.

Wer sensible Unternehmensdaten auf den Rechnern des Hosting-Anbieters speichern will, sollte sich auch dessen Sicherheitszertifikate ansehen. Hier gibt es europaweit eine ganze Reihe von relevanten Richtlinien. Einige betreffen vor allem die Daten- und Ausfallsicherheit des Server-Parks wie zum Beispiel die ISO-Norm 27001, andere zielen auf die Fähigkeit der Mitarbeiter ab und wieder andere beinhalten regelmäßig stattfindende Überprüfungen der Richtlinienkonformität.

Darüber hinaus gibt es noch einige Zertifikate, die die Hosters anbieten, wie PCI DSS. Der Payment Card Industry Data Security Standard bescheinigt den Unternehmen, dass sie mit den Kreditkartendaten ihrer Kunden richtlinienkonform umgehen.

Wichtig im Bereich des Server-Hostings und Managed Hostings sind die mit dem Anbieter vereinbarten Service Level Agreements (SLA). Diese regeln unter anderem, wie



Foto: Host Europe

Blick auf eine Server-Allee: Auf dem Rechner liegen die Web-Auftritte und Online-Anwendungen von Firmen

hoch die Verfügbarkeit des Servers und aller gehosteten Dienste pro Jahr sein soll. Oftmals liegen die Angaben hier jenseits von 99 Prozent. Hier sind die Nachkommastellen von großer Bedeutung. 99 Prozent Verfügbarkeit bedeutet im Umkehrschluss auch, dass die Dienste jährlich fast vier Tage lang ausfallen können. Zudem sollten Sanktionen festgeschrieben werden, die greifen, falls der Hoster die zugesicherte Ausfallzeit überschreitet. (dah) ■

Die wichtigsten Parameter bei Hosting-Angeboten

• Datentransfervolumen

Je nach Webhosting-Angebot ist das Transfervolumen von Daten limitiert oder unbegrenzt.

• Speicherplatz

Hoster bieten Webspace in unterschiedlich großen Paketen an, zum Beispiel 500 MB, 2.000 MB, 5.000 MB oder 10.000 MB. Für die Auswahl des geeigneten Speicherplatzes muss also zuerst überschlagen werden, wie viel Speichervolumen der eigene Web-Auftritt benötigt.

• Uptime

Als Uptime wird die Zeit bezeichnet, die ein Server und damit das Web-Angebot online verfügbar ist. Einige Anbieter werben mit einer besonders hohen durchschnittlichen Uptime von mehr als 99 Prozent. Faktisch ist es keinem Anbieter möglich, jederzeit online zu sein. Wartungsarbeiten und Defekte treten bei jedem System auf. Der große Unterschied liegt in der

Zeit, die der Server benötigt, bis er wieder am Netz ist beziehungsweise bis die Weiterleitung auf ein Backup-System funktioniert.

• PHP

Ein moderner Internet-Auftritt, auf dem ein Content Management System (CMS) läuft, benötigt zwangsläufig die Unterstützung von PHP (Skriptsprache). Hier lohnt sich auch ein weitergehender Blick auf die Details, denn PHP ist nicht immer gleich PHP.

• Datenbanken

Viele Hosting-Pakete bringen zumindest eine Datenbank mit. Je nach eingesetzter Software wird wenigstens eine MySQL-Datenbank benötigt. Zwar lassen sich CMS, Shop-System, Blog und Forum gemeinsam in einer Datenbank betreiben, übersichtlicher, sicherer und komfortabler ist aber der Einsatz einer separaten Datenbank pro Software.

Die Wahl des passenden Hosting-Pakets

Starterpaket, Managed Server in L oder doch lieber in XL? Wer ein Webhosting-Paket sucht, muss sich zwischen vielen Angeboten entscheiden. Wir zeigen, welche sich für wen eignen

Die Palette von Servern und Webhosting-Paketen ist riesig: vom Einsteigerpaket für die Web-Visitenkarte bis zum Hochleistungs-Server für komplexe Online-Anwendungen. Wir haben drei Szenarien entworfen, die als Anhaltspunkte für Ihren eigenen Bedarf dienen sollen.

1. Die kleine Manufaktur

Das Unternehmen entwickelt und baut hochwertige High-End-Lautsprecher. Daneben vertreibt die Firma in Deutschland exklusiv Produkte, zum Beispiel Endstufen, Plattenspieler und Verstärker von anderen Herstellern. Das Internet will die Firma dazu nutzen, um sich angemessen zu präsentieren und um neue Kunden über den Online-Vertrieb anzusprechen. Der Web-Auftritt soll Informationen zum Unternehmen, zu dessen Produkten und den Auszeichnungen der Fachpresse enthalten. Daneben soll ein Webshop betrieben werden, über den sich die 100 bis 200 vorhandenen Artikel verkaufen lassen. Die Produkte werden mit einigen Detailbildern und einer umfassenden Produktbeschreibung versehen.

Für die gegebenen Anforderungen reicht häufig bereits ein Managed-Hosting-Paket mit zehn Gigabyte Speicherplatz, zehn Gigabyte Mail-Speicher und 100 Gigabyte Traffic aus. Sollte die Nachfrage einen höheren Traffic verursachen oder werden die Bilder künftig zunehmend durch Videos ergänzt, ließe sich sowohl die Server-Performance als auch das Freikontingent beim Traffic zeitweise oder dauerhaft erhöhen. Da sich Upgrades zu einer potenteren Lösung meist problemlos umsetzen lassen, empfiehlt es sich, eher etwas kleiner einzusteigen, um die Kosten besser kalkulieren zu können.

2. Der Versandhändler

Der Multichannel-Versandhändler will sein rund 20.000 Produkte in verschiedenen Varianten umfassendes Ange-



Foto: Host Europe

Server: Von außen ein einheitliches Erscheinungsbild, innen stecken ganz unterschiedliche Webhosting-Pakete

bot auch über das Internet verfügbar machen. Neben kurzen Produktbeschreibungen sollen vor allem große Bilder und Zoomansichten für die Qualität der Artikel sprechen. Besonders die hochwertigen Produkte und die vielen Haushalts-Tools in seinem Sortiment will der Händler mit entsprechend aufwendigen Produktvideos ins beste Licht rücken. Der Anbieter will nichts dem Zufall überlassen und setzt neben einer ausgefeilten Webanalyse-Lösung auf seinem Server auch einen Video-Chat ein, über den

seine Verkaufsberater die Kunden direkt ansprechen können. Mit Liveshopping und kleinen schrägen Videos aus dem Unternehmensalltag will der Händler auch den Einstieg in den Social Commerce wagen.

Entscheidend ist in diesem Beispiel vor allem ein möglichst performanter Server mit viel Leistung, um den Kunden ein angenehmes, schnelles und komfortables Shopping-Erlebnis zu ermöglichen. Hierfür würde sich ein Managed Server empfehlen. Dabei sollte die Wahl auf einen leistungsfähigen Dual-Core-Prozessor fallen. Ein Festplattenspeicher von mehr als 150 Gigabyte sollte für Videos, hochauflösende Bilder und die zahlreichen Produkt- und Kundendaten ausreichen.

Eine zweite Festplatte in einem RAID-Verbund, auf die die Daten der ersten Platte gespiegelt werden, hilft zudem die wertvollen Daten vor einem Verlust zu schützen. Dem Traffic sollte bei solchen datenintensiven Diensten keine Grenze gesetzt werden.

3. Der Industriepartner

Ein Industriezulieferer, der eigene Produkte herstellt und diese europaweit vertreibt, will neben seinem Unternehmen zumindest einen Teil seiner Produkte online präsentieren. Dazu setzt er auf umfangreiche Produkt- und Leistungsbeschreibungen sowie Datenblätter, die zusammen mit Videos und Fotostrecken ein klares Bild seines Portfolios abgeben. Das Unternehmen verzichtet jedoch auf einen Online Shop, da es die Leistungen und Produkte über mobile Mitarbeiter vertreibt.

Die Webseite soll zusätzlich eine Echtzeitberatung der Besucher per Chat ermöglichen. Die interne Kommunikation, die über Outlook und Sharepoint realisiert wird, soll ausgelagert werden. Dazu gehört auch ein großer Teil der unternehmensrelevanten Daten wie Produktdaten, Handbücher, Ersatzteildatenbanken. Dadurch sollen sowohl Vertriebs- und Servicemitarbeiter als auch die Ingenieure in ganz Europa jederzeit Zugriff auf die für sie wichtigen Daten erhalten.

Für einen solchen Anforderungskatalog eignet sich eine Kombination aus verschiedenen Paketen. So ließe sich der Online-Auftritt mit einem flexiblen Managed-Hosting-Paket realisieren. Die zahlreichen Pakete und Erweiterungsoptionen der Hosting-Anbieter erlauben es, ein für den benötigten Speicherplatz passendes Produkt zu wählen. Werden weitere Ressourcen zum Beispiel für neue Videos benötigt, können diese einfach hinzugebucht werden. In Abhängigkeit von der Größe sowie Anzahl der

Videos sollte auch der Traffic großzügig kalkuliert werden. Die Wahl eines unbegrenzten Traffic-Kontingents könnte sich auch hier lohnen.

Um die Unternehmenskommunikation auszulagern, kann ein Managed-Exchange-Paket eingesetzt werden. Dabei ist in der Regel reichlich Postfachspeicher und pro Account ein für viele Zwecke ausreichender Sharepoint-Speicherplatz enthalten. Die Kosten werden hierbei zu meist pro Account berechnet, was bei einer häufiger wechselnden Anzahl von Mitarbeitern viel Flexibilität einräumt. Müssen jedoch sehr viele Mitarbeiter verbunden werden, können die Kosten auch schnell die eines eigenen Mail-Servers übersteigen. (dah) ■

IMPRESSUM

INTERNET WORLD Business Guide

Webhosting

Domains – Performance – Security

erscheint jährlich im Verlag
Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

Verlag:

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH
Bayerstr. 16a, 80335 München
Tel.: 089 / 7 41 17 - 100

Herausgeber:

Dr. Günter Götz

Redaktion:

Dominik Grollmann (verantw.), David Henning (dah),
Ingrid Schutzmann (is)

Anzeigenverkauf:

Angelika Hochmuth
Tel.: 089 / 7 41 17 - 432
Fax: 089 / 7 41 17 - 269
angelika.hochmuth@internetworld.de

Herstellung:

Thomas Heydn

Art Direction:

Maria-Luise Sailer

Grafik:

Alfred Agatz, Dagmar Breitenbauch, Harun Husic,
Simone Köhnke, Ilka Rüter, Christian Schumacher,
Mathias Viethmeier, Melanie Wallner

Druck:

Geiselmann PrintKommunikation GmbH

Für die veröffentlichten Daten kann keine Gewähr übernommen werden. Alle Angaben basieren auf Anbieterauskünften.