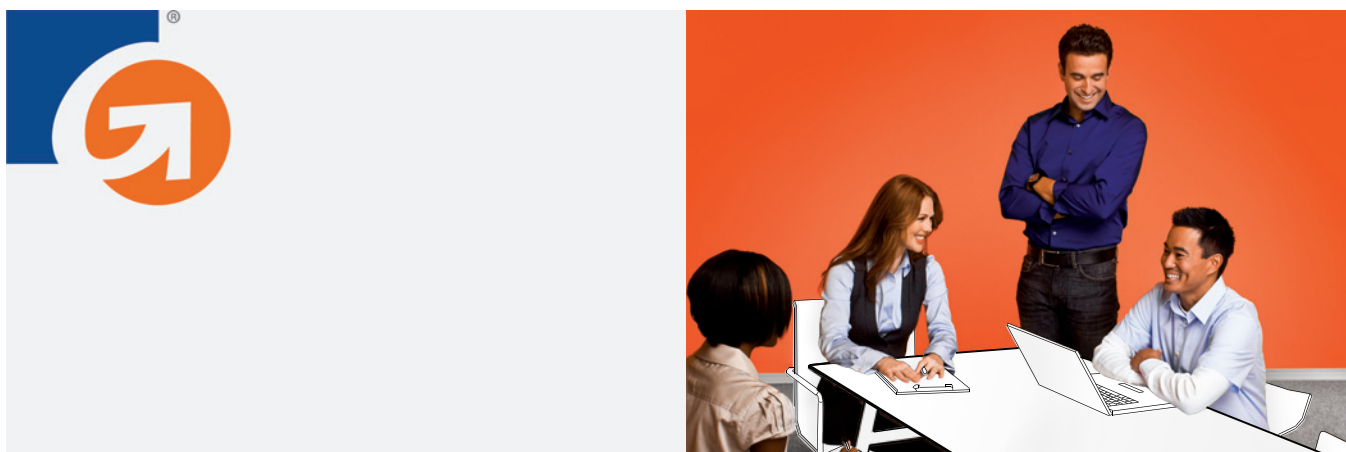


LEITFADEN



ERSTELLEN EINER E-COMMERCE-WEBSITE: EIN DO-IT-YOURSELF-LEITFADEN

Erstellen einer E-Commerce Website: Do-It-Yourself-Leitfaden

Einleitung

In den letzten 10 Jahren war E-Commerce eines der am schnellsten wachsenden Einzelhandelssegmente. Für jeden, der bereits online eingekauft hat, mag dies offensichtlich sein, Größe und Geschwindigkeit des Booms waren jedoch in der Tat atemberaubend. Es gibt bereits Hunderttausende von Online-Shops im World Wide Web, und Schätzungen zufolge eröffnen Händler **wöchentlich** 20.000 neue E-Commerce-Shops.¹

Die Beliebtheit des Online-Markts zeigt keine Zeichen von Schwäche. Jetzt ist möglicherweise der perfekte Zeitpunkt, um mit dem Verkauf im Internet zu beginnen. Es gibt mehr Optionen zum Erstellen einer E-Commerce-Site als je zuvor. Sie können mit einem E-Commerce-Plattformanbieter zusammenarbeiten, um einen Online-Shop einzurichten, oder vielleicht möchten Sie das Design und die Entwicklung Ihrer Site vom Anfang bis zum Ende in die Hände von Profis legen.

Die Verwendung solcher Dienste ist sicher komfortabel, wenn Sie jedoch zusätzliche Flexibilität und Kontrolle benötigen, ist es wohl das Beste, Ihre Site selbst zu erstellen. Mit etwas Know-how und einigen benutzerfreundlichen Tools können Sie eine E-Commerce-Site entwickeln, die wie gewünscht aussieht und funktioniert. Auf diese Weise können Sie die Anforderungen Ihrer Kunden und Ihres Unternehmens effektiver erfüllen.

In diesem Leitfaden erfahren Sie, was bei der Erstellung Ihrer Do-It-Yourself (DIY)-E-Commerce-Website zu beachten ist, wie Sie die geeigneten Tools und Dienste zum Erstellen Ihrer Webseiten auswählen, wie Sie den besten Hosting Provider und die beste Zahlungslösung für Ihr Unternehmen finden, und wie Sie die höchste Sicherheit für Ihre Site erhalten.

Auswahl Ihrer Webdesign-Tools

Nachdem Sie Ihren Businessplan festgelegt haben und sich auf Ihr neues Online-Projekt konzentrieren können, ist es Zeit, mit der Erstellung Ihrer E-Commerce-Website zu beginnen. Im ersten Schritt wählen Sie die gewünschten Tools zum Entwerfen und Codieren Ihrer Site aus.

Sie können bei Null anfangen und alles manuell codieren. Dies erfordert jedoch solide Kenntnisse von HTML, PHP, MySQL und anderen Programmiersprachen. Zur Verkürzung der Lernphase können Sie in eine Webdesign-Software wie Adobe Dreamweaver oder Microsoft Expression Web investieren. Je nach Version können diese Programme zwischen 50 \$ und 300 \$ kosten. Falls Ihr Budget den Kauf von Software nicht zulässt, gibt es etliche kostenlose Open Source-Lösungen, wie KompoZer und BlueGriffon (zuvor Nvu). Diese Software bietet vermutlich nicht die gleichen raffinierten Funktionen wie kostenpflichtige Software, aber diese Open Source-Programme sind dennoch leistungsstark und benutzerfreundlich.

Die Geschmäcker bei Web-Tools sind unterschiedlich, daher lässt sich schlecht sagen, welches für Sie das beste Programm ist. Es gibt jedoch einige Schlüsselemente, auf die Sie bei jeder Software achten sollten.

Eine benutzerfreundliche Schnittstelle ist wichtig, insbesondere wenn Sie sich mit HTML nicht so gut auskennen und lieber mit einer WYSIWYG-Anwendung (What You See Is What You Get) arbeiten würden. Mit WYSIWYG-HTML-Editoren können Sie Ihre Site durch Anklicken und Ziehen von Elementen sowie Einfügen von Text und Links entwerfen, wie Sie

Bevor Sie mit der Erstellung Ihrer Site beginnen

Schritt 1: Erstellen Sie Ihren E-Commerce-Businessplan. Was verkaufen Sie? Was ist Ihr Zielmarkt? Wie viel Geld müssen Sie investieren, um Ihr E-Commerce-Unternehmen in Gang zu bringen? Möchten Sie mit Anderen oder als Einzelunternehmer tätig sein? Diese Fragen klingen vielleicht etwas simpel, aber es lohnt sich, Zeit darauf zu verwenden und eine Strategie zu konzipieren.

Je nach Größe und Komplexität Ihres Unternehmens kann das zwischen ein paar Tag bis hin zu mehreren Monaten dauern.

Lernen Sie die Sprache(n) des Internets

HTML, PHP, ASP, SQL, CSS, AJAX – das Internet von heute beinhaltet eine bunte Mischung aus verschiedenen Programmiercodes und Tools. Sie müssen in keiner von ihnen ein Experte sein, um selbst eine Website zu erstellen, aber Sie sollten sich mindestens mit diesen Technologien vertraut machen. In Ihrer örtlichen Bibliothek, Ihrem Buchladen oder natürlich online warten viele Ressourcen auf Sie. Das [World Wide Web Consortium](#) ist ein guter Ausgangspunkt.

dies von einem Textverarbeitungsprogramm gewohnt sind. Beim Entwerfen der Site wird der HTML-Code vom WYSIWYG-Editor für Sie generiert. Bei vielen dieser Editoren können Sie zwischen dem visuellen Layout und dem Code der Site umschalten. Auf diese Weise können Sie den HTML-Code flexibel anpassen, um festzustellen, wie dies das Seitenlayout beeinflusst, und umgekehrt.

Für eine kleine und einfache Website ist HTML/CSS gut geeignet. Wenn andererseits der Inhalt oder die Struktur Ihrer E-Commerce-Site sich oft ändern, sollten Sie eventuell ein Open Source-Content Management System (CMS), wie Joomla oder Drupal, in Erwägung ziehen. Ein CMS ist eine Software, mit der Benutzer neue Webseiten schnell und problemlos hinzufügen oder aber den Inhalt bestehender Seiten ändern können. Bei einem CMS müssen Sie sich über das Codieren von neuem Inhalt in HTML keine Gedanken machen, weil dies vom System für Sie erledigt wird.

Bei der Wahl der Website-Erstellungstools sollten Sie darauf achten, dass die von Ihnen gewählten Anwendungen die gesamte Funktionalität unterstützen, die Sie für Ihre Website wünschen. Wenn Sie beispielsweise für Ihren Produktkatalog eine MySQL-Datenbank im Hintergrund einsetzen möchten, müssen Sie sich vergewissern, dass Sie diese mit dem gewählten Programm in Ihre Site integrieren können. Wenn Sie sich bezüglich der benötigten Funktionen nicht ganz sicher sind, sollten Sie etwas Zeit investieren und Websites besuchen, die Ihnen gefallen. Achten Sie speziell auf die Funktionen, die Sie besonders beeindruckt. Neben Produktkatalogen bieten viele E-Commerce-Sites Registrierungsformulare für Newsletter, Widgets für den Kundensupport und andere Elemente, die eine Site interaktiver gestalten. Nachdem Sie eine Liste der für Ihre Site gewünschten Funktionen erstellt haben, sollten Sie sich eingehender mit den grundlegenden Technologien befassen.

Auswählen des Webhosts für E-Commerce

Da Sie nun eine Vorstellung über den Aufbau Ihrer Website haben, müssen Sie sich damit befassen, wo sie gehostet werden soll. Es gibt Hunderte verschiedener Webhosting Provider, unter denen Sie wählen können. Wie können Sie sicher sein, dass Sie die beste Entscheidung treffen?

Auch wenn es wie eine schwierige Wahl aussieht, kann die Entscheidung für den Anbieter, der für Sie goldrichtig ist, leicht fallen, wenn Sie auf einige wichtige Punkte achten. Der Preis kommt zuerst. Auch wenn es leicht ist, im Internet einen schnellen Preisvergleich durchzuführen, muss der billigste Host nicht unbedingt der beste Host sein. Anbieter mit niedrigeren Preisen sparen mitunter in anderen Bereichen, wie Kundenservice oder technischem Support. Sie sollten sich auch vor Anbietern hüten, die auf den ersten Blick billige Preise anbieten, aber mit versteckten Gebühren richtig abkassieren.

Zusätzlich zum Preis sollten Sie auch die von einem Hosting Provider angebotenen Funktionen berücksichtigen. Da PHP und MySQL zurzeit bei der Erstellung dynamischer, interaktiver E-Commerce-Websites eine wichtige Rolle spielen, sollte die Auswahl eines Hosts, der mit diesen Sprachen kompatibel ist, auf Ihrer Prioritätsliste ganz oben stehen. Wenn Sie an E-Mail-Adressen interessiert sind, die zu Ihrem Domännennamen passen – ein wichtiges Kriterium, wenn Sie bedenken, wie Sie mit Ihren Kunden und möglichen Mitarbeitern kommunizieren –, spielt der Zugriff auf einen E-Mail-Server eine entscheidende Rolle. Host-basierte Sicherheitsdienste, wie Firewalls und Virenerkennung, sind ebenfalls ein Muss. Sie sollten auch nachfragen, welchen Umfang an Systemverfügbarkeit ein Hosting Provider

Starthilfe für Ihr Site-Design mit kostenlosen Vorlagen

Selbst wenn Sie sich entschließen, eine DIY-Website zu erstellen, müssen Sie nicht bei Null anfangen. Auf Sites wie 4templates.com oder freewebtemplates.com gibt es viele kostenlose HTML-Vorlagen, die Sie an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Bevor Sie mit dem Ändern beginnen, sollten Sie sich vergewissern, dass der Designer anderen Benutzern wirklich die Berechtigung erteilt hat, das Vorlagendesign zu verwenden und zu ändern.

Ist kostenloses Webhosting das, was

Sie benötigen?

Oft wird behauptet, dass die besten Sachen im Leben nichts kosten. Wenn es jedoch um Webhosting geht, stimmt das nicht immer. Wenn Sie eine E-Commerce-Site betreiben, erhalten Sie bei einem kostenlosen Hosting Provider möglicherweise nicht die Verlässlichkeit oder Funktionen, die Sie benötigen, um Ihre Kunden zufrieden zu stellen. Bevor Sie sich für einen Host entscheiden, sollten Sie sich vergewissern, dass er die Bandbreite bietet, um den gesamten Datenverkehr zu Ihrer Site zu unterstützen, und Ihre Ansprüche an garantierte Systemverfügbarkeit erfüllt.

garantiert. Eine höhere prozentuale Systemverfügbarkeit trägt dazu bei, dass die Verfügbarkeit Ihrer Website sichergestellt ist, wenn ein Besucher Ihre Webadresse in einen Browser eingibt oder Ihre Site über eine Suchmaschine sucht. Die Auswahl eines Hosts, der häufige Backups bietet, ist auch eine Sicherheitsmaßnahme, falls Ihre Site abstürzt und Sie Ihre Dateien wiederherstellen müssen. Wenn Sie im Erstellen von Websites noch Anfänger sind, sollte nicht zuletzt die Auswahl eines Hosting Providers, der soliden Kundensupport und technischen Support bietet, ebenfalls hohe Priorität haben. Ein guter Hosting Provider kann Ihnen alle Fragen im Zusammenhang mit dem Freischalten Ihrer Site beantworten und sollte Ihnen helfen, auftretende alltägliche Probleme rasch zu lösen.

Auswählen einer Zahlungsweise

Nachdem Sie sich entschieden haben, wo Sie Ihren Internetshop einrichten, ist der nächste Schritt die Wahl einer Methode, um auf Ihrer Site Zahlungen zu akzeptieren. Durch den Zahlungsprozess wird "Commerce" erst zum "E-Commerce". Es gibt zwei Arten von Zahlungssystemen, die Sie für Ihre Site erwägen sollten: eine Zahlungsverarbeitung und ein Zahlungs-Gateway.

Zahlungsverarbeitung, wie PayPal Website Payments Standard und Google Checkout, leiten einen Kunden an eine Bezahlungsseite weiter, die vom Verarbeitungsunternehmen gehostet wird. Nachdem die Kunden Ihre Kreditkarteninformationen übermittelt haben, werden sie auf Ihre Website zurückgeleitet. Im Unterschied dazu sind Zahlungs-Gateways, wie Authorize.net, direkt in Ihren Warenkorb integriert, und die Transaktion ist für Ihren Kunden im Wesentlichen unsichtbar.

Es gibt Argumente für und gegen Zahlungsverarbeitung und Zahlungs-Gateways, die Sie gegeneinander abwägen sollten. Für einige Websitebesitzer ist die Zahlungsverarbeitung einfacher, weil sie keine Backend-Integration mit Websites erfordert. Wenn Sie eine Zahlungsverarbeitung nutzen, müssen Sie sich auch über die Sicherung der Finanztransaktionen keine Gedanken machen, weil die verarbeitende Website das für Sie übernimmt. Eine Zahlungsverarbeitung führt jedoch während des Bezahlvorgangs Kunden von Ihrer Site weg. Dies kann die Kunden verunsichern und sie überlegen sich möglicherweise, ob sie die Transaktion abschließen sollen. Zahlungs-Gateways erfordern mehr technisches Know-how, und Sie benötigen ein SSL-Zertifikat, um Kreditkartentransaktionen auf Ihrer Site zu schützen (weiter unten finden Sie weitere Informationen zur SSL-Sicherheit). Selbst mit diesen zusätzlichen Überlegungen hält ein Zahlungs-Gateway Ihre Kunden während der Transaktion auf Ihrer Website, wodurch das Einkaufserlebnis des Benutzers reibungsloser und professioneller verläuft.

Denken Sie an die Registrierung Ihres Domännennamens

Bevor Sie Ihre Website irgendwo hosten können, benötigen Sie einen Domännennamen. Wählen Sie einen Namen, an den sich Ihre Kunden leicht erinnern können, aber vermeiden Sie Wortspiele und andere Begriffe, die nicht suchmaschinenfreundlich sind. Wenn Sie beispielsweise ein Geschäft haben, das Katzenspielzeug verkauft, ist [KatzenSpielzeugOutlet.com](#) besser geeignet als [SchnurrPerfekt Spielzeug.com](#).

Denken Sie auch daran, Ihre Metadatenfelder mit relevantem Inhalt zu füllen und Ihre Site an [Open Directory Project](#), [Google](#), [Yahoo](#), [Bing](#) und andere populäre Suchmaschinen zu senden, damit Ihre Kunden Sie finden können.



Diagramm 1. Flussdiagramm zur Zahlungsverarbeitung auf einer E-Commerce-Website

Bevor Sie sich für eine Zahlungsverarbeitung oder ein Zahlungs-Gateway entscheiden, sollten Sie auch die Transaktions-, Einrichtungs- und Dienstgebühren in Erfahrung bringen, die jeder Anbieter in Rechnung stellt. Die durchschnittlichen Gebühren variieren in der Branche erheblich. Einige Verarbeiter erheben eine Zahlungsgebühr plus einen prozentualen Anteil jeder Transaktion (PayPal berechnet beispielsweise 30 Cent plus 2,9 Prozent von jeder Transaktion für Händler, die 3000 \$ oder weniger pro Monat an Zahlungen erhalten). Die Einrichtungsgebühren für Gateways können zwischen 99 \$ und 299 \$ betragen, und die Gebühren liegen in der Regel zwischen 10 und 50 Cent pro Transaktion. Händler mit hohen Verkaufsvolumina können oft Anbieter finden, die eine feste monatliche Gebühr für Transaktionen anbieten. Es ist oft der beste Weg, bei Ihrer Hausbank zu beginnen, um zu sehen, welche gewerblichen Lösungen sie für die Kreditkartenbezahlung empfiehlt.

Die Einrichtungskosten und -gebühren spielen zwar eine wichtige Rolle, aber es gibt noch weitere Aspekte, an die Sie denken sollten, bevor Sie sich entscheiden. Prüfen Sie, ob der Zahlungsdiensteanbieter, an dem Sie interessiert sind, automatische Steuerberechnungen bietet. Dies bedeutet eine erhebliche Vereinfachung bei der Berechnung der Umsatzsteuer, die Sie erfassen und abführen müssen, sowie bei der Buchführung. Achten Sie auch unbedingt darauf, ob der gewünschte Verarbeiter oder das gewünschte Gateway die Versandkosten automatisch berechnet. Mit diesem Dienst wissen Sie genau, wie viel Sie Ihren Kunden berechnen müssen, damit die Transportkosten nicht Ihren Nettogewinn zunichte machen.

Auswählen eines Warenkorb oder Erstellen eines eigenen Warenkorb

Im traditionellen Einzelhandel nehmen die Einkäufer Artikel aus Regalen, legen sie in einen Warenkorb oder Einkaufswagen und bezahlen dann an der Kasse. Sie müssen ein ähnliches System für Ihren Online-Shop einrichten, was üblicherweise als Warenkorbblösung bezeichnet wird. Mit Warenkorb-Software können Käufer Artikel auf Webseiten auswählen, in ihren "Warenkorb" legen und den Kaufprozess durchlaufen, sobald sie bereit sind, zur Kasse zu gehen. Die meisten Warenkörbe beinhalten auch Steuern und Transportkosten, um den Kunden den Gesamtpreis ihrer Bestellung anzuzeigen.

Wenn Sie einen Warenkorb für Ihre Zahlungsverarbeitungslösung wählen, achten Sie darauf, dass er von Ihrem Hosting Provider unterstützt wird, und überprüfen Sie, ob der Warenkorb die erforderlichen Zahlungs- und Transportmodalitäten bietet. Es gibt zahlreiche Open Source-Warenkörbe mit aktiven Communitys wie osCommerce und Zen Cart sowie GeoTrust-Partnerlösungen wie 3dcart.com. Sie können auch Ihren eigenen Warenkorb mit Webseiten-Erstellungsprogrammen wie Dreamweaver erstellen, oder ihn von Grund auf neu mit PHP, MySQL und anderen Internetprogrammen und Sprachen erstellen.

SSL-Sicherheit: Ein absolutes Muss für Ihre Site

Ein ansprechendes Website-Design und die nahtlose Integration eines Zahlungssystems sind großartig, aber bedeutungslos, wenn Sie und Ihre Kunden nicht vor Betrug und Diebstahl geschützt sind. Sicherheit ist eine der größten Bedenken von Einkäufern, wenn es um Online-Einkäufe geht. Eine neuere Umfrage hat in der Tat bestätigt, dass 45 Prozent der Verbraucher sich beim Einkaufen im Internet Sorgen über den Identitätsdiebstahl machen.² Für die Eigentümer von E-Commerce-Unternehmen ist noch besorgniserregender, dass Sicherheitsbedenken wie diese einen deutlichen Einfluss auf das Konsumentenverhalten haben. Die National Cyber Security Alliance hat kürzlich festgestellt, dass eine Mehrheit der Amerikaner, nämlich 64 Prozent, bereits einen Online-Einkauf abgebrochen hat, weil die Kaufinteressenten nicht genau wussten, ob die Website sicher ist.³

Angesichts dieser Befürchtungen spielt die SSL-Sicherheit für Ihre Website eine wichtige Rolle. Mit einem SSL-Zertifikat sind Sie in der Lage, Internetkriminelle daran zu hindern, im Internet übertragene Finanzdaten abzufangen. Darüber hinaus können Sie Ihren Kunden zeigen, dass Ihr Unternehmen legitim und vertrauenswürdig ist.

Was ist ein SSL-Zertifikat?

SSL-Zertifikate sind Codebits, die Sie auf Ihrer Site installieren und die Logins, Kennworte, Kreditkartennummern und andere Informationen verschlüsseln, damit Hacker die Daten nicht abfangen und decodieren können. Nachdem ein SSL-Zertifikat auf einer Site installiert wurde, wird eine Domäne und ein Server mithilfe umfangreicher Sicherheitsprüfungen als vertrauenswürdig etabliert. Zur Verschlüsselung von Logins, Registrierungsformularen, Kreditkartentransaktionen und anderen Situationen, in denen vertrauliche Informationen zwischen Webbrowsern und Servern übertragen werden müssen, verwendet ein SSL-Zertifikat einen privaten "Schlüssel" – im Prinzip eine lange Zeichenkette aus komplexem Code –, der für den einzelnen Server, von dem die Website gehostet wird, eindeutig ist, sowie einen öffentlichen Schlüssel, der an Webbrowser gesendet wird. Der private Schlüssel kann nur durch den öffentlichen Schlüssel "entsperrt" werden, und umgekehrt. Dadurch wird die Sicherheit der Daten garantiert.

Die große Mehrzahl der Unternehmen erhält SSL-Zertifikate von Drittanbietern, die als Zertifizierungsstellen (CAs) bezeichnet werden. Neben der Bereitstellung des SSL-Zertifikats authentifiziert eine CA das Unternehmen ebenfalls, damit gewährleistet ist, dass das durch die Website repräsentierte Unternehmen tatsächlich existiert. GeoTrust prüft beispielsweise die Domänenregistrierungsinformationen und fordert

Unternehmensregistrierungsunterlagen an, um die Identität und den Standort eines Website-Besitzers zu überprüfen.

SSL wird mittlerweile als Standard-Internetsicherheitstechnologie angesehen. Das bedeutet jedoch nicht, dass es bei SSL-Zertifikaten und Anbietern keine Unterschiede gibt. Ebenso wie bei der Auswahl Ihrer Design-Tools und Ihres Webhosts gibt es zahlreiche wichtige Faktoren, die Sie berücksichtigen sollten, bevor Sie sich für eine CA und ein SSL-Zertifikat entscheiden.

Auswählen des richtigen SSL-Anbieters

Bevor Sie sich über technische Daten Gedanken machen, sollte die Suche nach einem vertrauenswürdigen SSL-Anbieter mit einer starken Reputation in Sachen Online-Sicherheit oberste Priorität haben. Warum ist dies so wichtig? Bei SSL-Sicherheit von einer renommierten CA wie GeoTrust wissen Ihre Besucher, dass Ihr Unternehmen von einem objektiven Drittanbieter überprüft wurde, der für seine guten Sicherheitspraktiken bekannt ist. Die Leute werden mit größerer Wahrscheinlichkeit bei Ihnen kaufen, wenn sie wissen, dass ihre Informationen geschützt sind und Ihr Unternehmen sicher ist. Das wird Ihnen helfen, die 64 Prozent der Einkäufer, die bereits einen Online-Einkauf abgebrochen haben, in zahlende Kunden zu verwandeln.

Ohne legitime SSL-Sicherheit riskieren Sie geschäftliche Verluste, weil Kunden nicht erkennen, dass Ihre Site sicher ist. Schlimmer noch, es reicht ein einziger Betrugsvorfall, um Ihren geschäftlichen Ruf zu ruinieren, selbst wenn Sie nicht dafür die Schuld tragen. Ihre Kunden können Sie dennoch beschuldigen und jedem, den sie kennen (Familie, Kollegen, einem möglichen Millionenpublikum auf populären sozialen Medien wie Facebook, Yelp und Twitter) erzählen, dass man Ihrer Site nicht trauen kann.

Sie benötigen neben der Reputation Ihres SSL-Anbieters auch Informationen, welche Art von SSL-Zertifikat für Ihre Site am besten geeignet ist. Dies dürfte glücklicherweise nicht allzu

lange dauern, da es nur drei Arten von SSL-Zertifikaten gibt, die Sie kennen sollten: Extended Validation, Organisationsvalidierung und Domänenvalidierung.

Typen von SSL-Zertifikaten

Domänenvalidiertes SSL ist ein Basiszertifikat, das für Verschlüsselung sorgt und nur überprüft, ob die das Zertifikat beantragende Person berechtigt ist, einen bestimmten Domännennamen zu nutzen. Diese Zertifikate sind ideal für Unternehmensbesitzer, die möglichst schnell ein Zertifikat benötigen. Es steht jedoch für die unterste Ebene der SSL-Sicherheit. Organisationsvalidiertes SSL bestätigt andererseits auch, dass ein Unternehmen eine bestätigte juristische Person ist, und etabliert einen physikalischen Standort dieser Organisation. Kunden können deshalb sicherer sein, dass das Unternehmen legitim ist. Wenn auf ein organisationsvalidiertes Zertifikat geklickt wird, wird der Name Ihres Unternehmens angezeigt, und mit den von CAs bereitgestellten Gütesiegeln kann auch der Name Ihres Unternehmens angezeigt werden. GeoTrust bietet ein domänenvalidiertes SSL-Produkt – QuickSSL Premium – sowie ein organisationsvalidiertes Zertifikat namens True BusinessID SSL an.

Für Sites, von denen finanzielle Transaktionen abgewickelt werden, ist Extended Validation (EV) die beste Wahl. EV SSL setzt neben der Verschlüsselung und Authentifizierung, welche die Organisationsvalidierung ebenfalls bietet, ein deutliches Zeichen, dass Ihre Website sicher ist: Die Adressleiste in Hochsicherheitsbrowsern wird grün dargestellt und zeigt den Namen Ihres Unternehmens sowie den Namen Ihres SSL-Anbieters an. EV SSL fordert einen aufwendigeren Authentifizierungsprozess. Viele Unternehmen erfahren jedoch dank der grünen Adressleiste verbesserte Konversionen und höhere Verkaufszahlen. Neuere Untersuchungen zeigen, dass die erfolgreicher Sites mit größerer Wahrscheinlichkeit EV SSL verwenden.⁴ Wenn Sie sich nach einem EV SSL-Zertifikat umsehen, ist GeoTrust True BusinessID with EV (GeoTrust True BusinessID mit EV) die ideale Wahl.

Fazit und Ressourcen

Durch E-Commerce konnten Unternehmern ihren Einflussbereich viel weiter ausdehnen, als je vorstellbar war. Sie haben gerade von all den verschiedenen Komponenten gelesen, auf die es bei der Erstellung einer E-Commerce-Website ankommt. Im Folgenden finden Sie eine kurze Wiederholung:

- 1. Auswählen Ihrer Webdesign-Tools** – Legen Sie fest, welche Tools Sie für das Design und Ihre Site verwenden werden.
- 2. Auswählen des Webhosts** – Suchen Sie einen Hosting Provider, der mit allen gewünschten Tools kompatibel ist und alle erforderlichen Funktionen bietet.
- 3. Auswählen einer Zahlungsweise** – Wägen Sie Ihre Möglichkeiten ab, um festzustellen, ob eine Zahlungsverarbeitung oder ein Zahlungs-Gateway für Sie geeignet ist.
- 4. Auswählen oder Erstellen eines Warenkorbs** – Ihre Kunden benötigen eine Möglichkeit, Artikel auszuwählen und zu kaufen. Suchen Sie sich daher eine Warenkorblösung, die Ihren Anforderungen entspricht.
- 5. Erwerben von vertrauenswürdiger SSL-Sicherheit** – Arbeiten Sie mit einem Anbieter wie GeoTrust zusammen, um vertrauenswürdigen SSL-Schutz für Ihre Site zu erhalten.

Mit zunehmendem Risiko von Identitätsdiebstahl und Malware ist Punkt fünf besonders wichtig. Wenn die Kunden nicht überzeugt sind, dass eine Site sicher ist, werden sie ihr schwer verdientes Geld nicht dort ausgeben. Durch die Verwendung eines zuverlässigen

Mehr Bit bedeuten mehr Schutz

Wenn Sie sich über SSL-Zertifikate informieren, werden Sie bemerken, dass unterschiedliche Zertifikate unterschiedliche Verschlüsselungsstufen anbieten, die in Bits angegeben werden. Zertifikate liegen üblicherweise im Bereich der 40-Bit- bis 256-Bit-Verschlüsselung. Sie haben vermutlich erraten, dass die 256-Bit-Verschlüsselung am sichersten ist. Wie sicher ist sie aber wirklich? Die 128-Bit-Verschlüsselung kann, um Ihnen eine Vorstellung zu vermitteln, 2⁸⁸ Mal so viele Kombinationen berechnen wie die 40-Bit-Verschlüsselung. Sie ist daher **mehr als eine Billion Mal sicherer**. Ein Hacker würde demnach eine Billion Jahre benötigen, um in eine Sitzung einzubrechen, die durch ein 128-Bit-SSL-Zertifikat geschützt ist, und sogar noch länger, um sich in eine mit der 256-Bit-Verschlüsselung geschützte Sitzung zu hacken.

Achten Sie beim Vergleich von Zertifizierungsstellen (CAs) auch darauf, ob sie 2048-Bit-Roots verwenden, die bis zu 256-Bit-Verschlüsselung unterstützen. Dies bedeutet, dass die CA sich an die neuesten Empfehlungen hält, die vom Certificate Authority Browser Forum – einer Industrieaufsichtsorganisation – entwickelt wurden, um die optimale Sicherheit von SSL-Zertifikaten sicherzustellen.

SSL-Zertifikataussteller können Sie Ihre Site vor Online-Bedrohungen schützen und Ihren Kunden ein klares Zeichen setzen, dass man Ihrem Unternehmen vertrauen kann.

Nicht alle SSL-Zertifikate sind jedoch gleich. Achten Sie bei der Umsetzung der Informationen aus diesem Leitfaden darauf, in eine Lösung von einem vertrauenswürdigen Anbieter wie GeoTrust zu investieren. Dies trägt dazu bei, Vertrauen in Ihre Site aufzubauen, Ihre Verpflichtung zur Online-Sicherheit hervorzuheben und Ihr Unternehmen zu schützen. Es zahlt sich in Zukunft aus, wenn Sie sich die Zeit nehmen, jetzt das richtige SSL-Zertifikat für Ihre Site zu finden. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Unternehmen Erfolg haben wird.

Weitere Informationen zum Aufbau Ihrer eigenen E-Commerce-Website finden Sie in folgenden Dokumenten:

- **Starting an Online Business All-in-One Desk Reference for Dummies**
von Shannon Belew und Joel Elad; For Dummies, 2009
- **Best Website: Simple Steps to Successful Websites**
von Nelson Bates; BookSurge Publishing, 2008
- **Beginning ASP.NET 2.0 E-Commerce in C# 2005: From Novice to Professional**
von Cristian Darie, Karli Watson; Apress, 2005
- **How To Pick A Shopping Cart That Makes You Money**
von Daniel Hall und Tom Antion; CreateSpace, 2009
- **Effortless E-Commerce with PHP and MySQL**
von Larry Ullman; New Riders Press, 2010

SSL-Produkte von GeoTrust

GeoTrust bietet eine Palette zuverlässiger, preiswerter SSL-Zertifikate für Ihre individuellen Anforderungen:

- **GeoTrust® True BusinessID mit EV** – Besorgen Sie sich die Glaubwürdigkeit eines etablierten SSL-Anbieters, die grüne Adressleiste und ein dynamisches, vertrauenswürdiges Seal von GeoTrust zu einem günstigen Preis.
- **GeoTrust® True BusinessID** – Erwerben Sie ein Marken-SSL, mit dem Ihre Geschäftsidentität authentifiziert wird, zusammen mit einem dynamischen, vertrauenswürdigem Seal zu einem günstigen Preis.
- **GeoTrust® True BusinessID Wildcard** – Schutz für eine unbegrenzte Anzahl von Subdomänen mit zuverlässiger SSL durch eine Zertifizierungsstelle, die ein zuverlässiges Rechenzentrum mit militärischem Sicherheitsstandard unterhält.
- **GeoTrust® QuickSSL® Premium** – Entscheiden Sie sich für die preiswerte SSL-Basisverschlüsselung mit dem schnellen und komfortablen Ausstellungssystem von GeoTrust.
- **GeoTrust® Enterprise SSL** – Kaufen Sie SSL-Zertifikate in größeren Mengen, und stellen Sie sie nach Bedarf aus. Sie lassen sich alle über eine zentrale Management-Konsole verwalten.

Kontakt

www.GeoTrust.com/de

UNTERNEHMENSSTZ

GeoTrust, Inc.
350 Ellis Street, Bldg. J
Mountain View, CA 94043-2202, USA
Gebührenfrei in den USA +1-866-511-4141
Tel +1-650-426-5010
Fax +1-650-237-8871
enterprisesales@geotrust.com

EMEA VERKAUFSBÜRO

GeoTrust, Inc.
8th Floor Aldwych House
71-91 Aldwych
London, WC2B 4HN, Großbritannien
Tel +44.203.0240907
Fax +44.203.0240958
sales@geotrust.co.uk

APAC VERKAUFSBÜRO

GeoTrust, Inc.
134 Moray Street
South Melbourne VIC 3205
Australien
sales@geotrustaustralia.com

1. "E-commerce is Booming"; Danny Wong, Huffington Post, 12. Juli 2010
2. "Consumers need to take more precautions against online identity theft" von Linda Rosencrance, SecurityNewsDaily.com, 17. Januar 2011: http://www.msnbc.msn.com/id/41123534/ns/technology_and_science-security/
3. "Majority of Americans Have Abandoned an Online Purchase Due to Security Concerns, Poll Finds"; National Cyber Security Alliance, 18. November 2010
4. "Extended Validation SSL Server Certificates: Both End-Users and Site Owners Look Up to the Other 'Green' IT"; Aberdeen Group, 31. Januar 2011: <http://www.aberdeen.com/Aberdeen-Library/7044/RA-secure-sockets-layer.aspx>

Die grüne Extended Validation-Leiste wird in Hochsicherheitsbrowsern angezeigt. © 2011 GeoTrust, Inc. Alle Rechte vorbehalten. GeoTrust, das GeoTrust-Logo, das GeoTrust-Design und andere Marken, Dienstleistungsmarken und Designs sind eingetragene oder nicht eingetragene Marken von GeoTrust, Inc. und deren Niederlassungen in den USA und anderen Ländern. Alle übrigen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.