

Ein Artikel von *Internet optimal nutzen*.

Die Originalversion finden Sie unter www.internet-optimal-nutzen.de/artikel/budget.php

Homepages für jedes Budget

Es muss nicht für jeden die Homepage für 10.000 Euro sein. Während der eine mit einem Angebot für wenige Euro im Monat gut bedient ist, sollte der andere unbedingt am Anfang mehr investieren, um hinterher mehr zu sparen. Wir zeigen, welche Möglichkeiten es gibt, wie sie funktionieren und was sie kosten.

Die grundsätzliche Frage: Wozu das alles?

Bevor Sie überhaupt weiterlesen, müssen Sie sich über eine Sache klar werden: Was wollen Sie mit Ihrer Webseite erreichen? Von der Antwort auf diese Frage hängt alles weitere ab. Wollen Sie Ihre Kunden nur informieren, wollen Sie neue hinzugewinnen oder wollen Sie gar direkt Umsatz übers Internet machen?

Wenn Sie sich darüber noch nicht im Klaren sind, ist zunächst der Artikel » ["Wozu überhaupt eine Internetpräsenz?"](#) eine Hilfe.

Was kostet an einer Internetpräsenz eigentlich alles Geld?

Wie so oft unterteilen sich auch hier die Kosten in einmalige und in laufende.

Einmalige Kosten:

- **Konzeption:** Anhand der Ziele, die Sie mit der Seite verfolgen, wird die Agentur oder der Webdesigner mit Ihnen überlegen, wie die Präsenz aufgebaut sein sollte und welche Funktionen sie haben soll.
- **Layout:** In den Entwurf der Seite fließt die Erfahrung des Designers ein, der aus dem grundlegenden Konzept, aus Ihren Vorlagen (Logo, Geschäftspapier, Visitenkarten) und aus Ihren Produkten und Dienstleistungen das Layout einer Internetseite entwickelt.
- **Seitenbau:** Aus den Vorgaben des Layouters müssen dann die eigentlichen Seiten fürs Internet gebaut werden.
- **Bildbearbeitung:** Fotos und Grafiken müssen für das Internet auf fachmännische Weise bearbeitet und optimiert werden. Einerseits dürfen sie nicht zuviel Ladezeit verursachen, andererseits darf man ihnen diese Behandlung nicht ansehen.
- **Texte:** Auch die Texte sind ein Aushängeschild Ihrer Firma und können über Erfolg oder Misserfolg der Seite miteentscheiden. Online gelten deutlich andere Gesetze für Texte. Es ist also in der Regel nicht ratsam, einfach die Texte aus Prospekten o.ä. zu übernehmen. Zudem spielen Sie auch beim Thema Suchmaschinen eine entscheidende Rolle (siehe hierzu den Artikel » ["Mehr Besucher, mehr Chancen: Website für Suchmaschinen optimieren"](#).)
- **Schulung:** Besonders wenn Sie die Pflege der Internetseite firmenintern organisieren wollen, sollten Sie dem Mitarbeiter oder dem Team entsprechende Schulungen gönnen. Vieles kann sich ein interessierter Laie selbst beibringen, die entscheidenden Tricks und Kniffe lernt man aber entweder in der Praxis oder von jemandem, der aus der Praxis kommt.

Laufende Kosten:

- **Internetadresse (Domain):** Schon das reine Halten der Domain kostet Geld. Zwar gibt es Dienste, bei der Sie mit geringen oder ohne Kosten eine Adresse parken können, aber sobald Sie sie benutzen möchten, entstehen laufende Kosten.
- **Miete für den Speicherplatz:** Ihre Internetseite belegt Platz auf dem **Server**. Fachbegriff dafür: **Webpace**. Diesen Platz mieten Sie an und bezahlen dafür eine monatliche Pauschale. (Tipp: Für den Webpace werden Sie bei dem Dienstleister, der Ihre Seite baut, mit großer Wahrscheinlichkeit zuviel bezahlen. Günstiger wird es für Sie, wenn Sie sich dafür einen eigenen Anbieter suchen. Lassen Sie sich nennen, welche Eckdaten der Webpace mitbringen muss. Dann können Sie z.B. auf dieser Seite im Bereich » [Nägel mit Köpfen](#) einen passenden Anbieter finden. Dazu gleich noch mehr.)
- **E-Mail:** Ob sichtbar oder unsichtbar in der Rechnung - Sie bezahlen auf jeden Fall auch für die Mail-Adressen zu Ihrer neuen Internetpräsenz. Machen Sie bitte nicht den Fehler, eine

Internetadresse zu bezahlen und dann Ihre E-Mail von T-Online oder Web.de zu behalten. Das sind ehrenwerte Arbeiter, aber das wirkt schlicht unprofessionell.

In den Mailkosten ist heutzutage oft ein Virenschutz und ein Spamfilter gegen unerwünschte Werbemails enthalten.

- **Datenverkehr:** Wenn ein Nutzer Ihre Internetseite aufrufen will, wird im Hintergrund ein mächtiger Mechanismus in Gang gesetzt. Zahlreiche Computer arbeiten über Netzwerke Hand in Hand, damit Ihre Seite auf dem Bildschirm des Nutzers erscheint. Firmen sorgen dafür, dass das alles funktioniert und diese Firmen wollen dafür natürlich Geld. Da Ihre Internetseite (hoffentlich!) auch Datenverkehr (Fachbegriff: ☐ Traffic) verursacht, müssen auch Sie etwas davon tragen. In der Regel ist aber ein durchschnittliches Datenaufkommen schon im Monatsbeitrag enthalten, so dass dort normalerweise keine Überraschungen warten sollten. Außer natürlich, Ihre Internetpräsenz entwickelt sich plötzlich zum Renner. Wenn Sie Anbieter von Webspaces vergleichen, achten Sie auf jeden Fall auch auf diesen Punkt.
- **Zusatzoptionen:** Brauchen Sie mehr als das Minimum an Technologie für Ihre Internetseite, bleibt meist nur der Griff zum größeren Webpaket des Anbieters oder man fordert die entsprechenden Optionen zusätzlich an. In beiden Fällen erhöhen sich die laufenden Kosten. Achtung: Überlegen Sie im Vorfeld genau, was Sie brauchen. Viele Anbieter finanzieren sich ihre günstigen Monatspreise (in den Prospekten groß abgedruckt) durch einmalige "Einrichtungs-" oder "Bereitstellungskosten" (klein gedruckt). Zudem gelten meistens Mindestlaufzeiten von 12 oder 24 Monaten. Wer also schon nach kurzer Zeit wieder wechseln will, zahlt drauf.
- **Aktualisierungen:** Agenturen und Webdesigner bieten häufig einen Dienstleistungsvertrag an, in dem sie sich gegen eine monatliche Pauschale in bestimmtem Umfang zur Verfügung stehen. Wollen Sie häufiger etwas an der Seite verändern, sollten Sie allerdings von vornherein entsprechende Hilfsmittel in Auftrag geben. Auch wenn Sie jemanden in der Nähe haben, der im Prinzip über Internetseiten bescheid weiß, könnte er mit den Werken der Profis überfordert sein. Und sind die Seiten erst einmal "zerschossen", wird's ärgerlich...
Aber auch wenn Sie die Aktualisierung und Betreuung der Präsenz firmenintern organisieren, gehört die Arbeitszeit des Mitarbeiters oder der Gruppe zu den Kosten - auch wenn die in der Bilanz nicht ausdrücklich auftauchen.

Profi, Amateur oder "Marke Eigenbau"?

Viele Anbieter von Webspeicherplatz haben inzwischen Tools, mit denen auch Laien in kürzester Zeit eine Homepage erstellen können. **Man muss sich allerdings im Klaren darüber sein, dass geübte Internetnutzer diese Baukastenseiten sehr wohl erkennen.** Beim Anbieter 1&1 ist beispielsweise sogar eine eintägige Webdesign-Schulung im Preis für Adresse und Webspeicherplatz inklusive. Das ist ein interessantes Angebot. Aber niemand sollte erwarten, die entscheidenden Tricks des Webdesigns in einem achtstündigen Seminar zu lernen. Das kann nur die notwendigsten Grundlagen vermitteln.

Aber mal ehrlich: Wenn Ihre Nutzer lediglich nachschauen wollen, wann Sie am Sonnabend geöffnet haben oder wie die Durchwahl des Vertriebs ist, wird es herzlich egal sein, ob das Design auch professionellen Ansprüchen genügt. Wichtig ist dann vor allem, dass die Seite seriös und übersichtlich daherkommt. Hat der Nutzer hingegen gerade die Seiten verschiedener Anbieter offen und will sich für einen entscheiden, wird er Ihnen eine unprofessionell wirkende Internetseite negativ auslegen. Oder gehen Sie gern in einem Laden einkaufen, der dunkel und schmutzig ist, wenn das Angebot im hellen und freundlichen Geschäft eine Tür weiter dasselbe ist?

Eine andere Möglichkeit ist es, einen der vielen Webdesignern zu engagieren, die oft als Einzelkämpfer daherkommen. Die Qualitätsunterschiede sind hier allerdings enorm. Es ist für einen interessierten Computernutzer heute keine Herausforderung mehr, eine Internetseite zu bauen. **Das Problem:** Zwischen "Ich kann Internetseiten bauen" und "Ich weiß, wie man eine Internetseite bauen muss, damit sie Erfolg hat" besteht ein erheblicher Unterschied. Soll das Geld nicht zum Fenster hinausgeworfen werden, muss entsprechendes Fachwissen da sein. Und das muss von Farbwirkung über Nutzerführung bis hin zur Suchmaschinenoptimierung reichen. Das gilt übrigens auch, wenn Sie mit dem Gedanken spielen, die Seite von einem interessierten Mitarbeiter oder Bekannten erstellen zu lassen.

Wenn Sie selbst Laie sind, wird es Ihnen schwer fallen, das Können eines Webdesigners zu beurteilen. Entweder suchen Sie sich dann einen **Berater**, der von einer Agentur unabhängig ist und es für Sie einschätzt. Oder Sie versuchen, sich **das grundlegende Wissen selbst anzueignen**. Dafür gibt es z.B. diese Internetseite oder unseren Ratgeber » **So wird Ihre Homepage erfolgreicher**.

Nicht besser ist Ihre Situation im Übrigen, wenn Sie **eine Agentur beauftragen** wollen. Nur weil es eine Firma mit mehreren Mitarbeitern ist, wird das Ergebnis nicht automatisch besser. Diese Erfahrung werden Sie als Geschäftsmann auf anderen Gebieten wahrscheinlich auch schon gemacht haben...

Gegenüber dem einzelkämpfenden Webdesigner hat die Agentur den Vorteil, dass das **Angebot an**

Leistungen in der Regel größer ist. Die Mitarbeiter werden sich (hoffentlich) auf verschiedenen Gebieten zum Experten entwickelt haben und dieses Wissen einbringen. Die Agentur sollte **schneller und flexibler** als ein einzelner Wendesigner arbeiten können.

Achten Sie so oder so auf die **Referenzen**. Jeder Designer und jede Agentur hat einen gewissen eigenen Stil. Der eine liebt es eher nüchtern und einfach, der andere ist verspielter. Was gefällt Ihnen? Auch das spielt eine Rolle. Manche Agentur hat sich außerdem spezialisiert - beispielsweise auf eine bestimmte Branche oder auf bestimmte Anwendungen wie einen Internetshop. Stimmt diese Spezialisierung mit Ihren Anforderungen überein?

Eine einfacher aber wirksamer Tipp ist es, **mit anderen Kunden des Webdesigners oder der Agentur Kontakt aufzunehmen**. Wie zufrieden waren die mit dem Dienstleister? Wie funktionierte die Zusammenarbeit? Wurden Termine eingehalten? Wurden die Vorgaben beachtet und der Kostenrahmen eingehalten? Hat die Internetseite den gewünschten Erfolg gebracht?

Tipp: Eine Möglichkeit, verschiedene Firmen, ihre Angebote und Referenzen zu vergleichen, ist das Jahrbuch des iBusiness-Verlages. [☞ Hier finden Sie mehr Informationen dazu.](#)

Ein paar Worte zu Preisen

Beim **Preisvergleich** werden Sie unter Umständen auf immense Unterschiede stoßen. Das Onlinemagazin "Dr. Web" hat in einem Test verschiedenste Anbieter aufgefordert, ein Angebot abzugeben. Die Preise lagen am Ende zwischen 256 und 17.895 Euro. Es ist also schwer, seriöse Aussagen darüber zu treffen, was eine Homepage kostet. Trotzdem soll es hier einmal versucht werden.

Sofern Sie nicht auf Homepagebaukästen oder einen interessierten Mitarbeiter oder Verwandten (Branchen-Slang: "Neffen-Design") setzen, müssen Sie für die kleinste Variante einer Internetseite 1.000 Euro rechnen.

Eine kleine, aber vorzeigbare Internetpräsenz mit fünf bis 20 Seiten wird mit bis zu 3.000 Euro zu Buche schlagen.

Haben Sie mehr vor, soll die Internetseite Teil Ihrer Marketingstrategie oder gar ein eigener Vertriebskanal werden? Dann werden Sie die 3.000 Euro bald hinter sich lassen und in Bereiche bis zu 10.000 Euro vorstoßen.

Und auch danach ist noch lange nicht Schluss. Umfangreiche Seiten, deren Inhalte dynamisch zur Verfügung gestellt werden, inklusive ausgefeilter Shopsysteme und mit aufwändiger Gestaltung werden nochmal deutlich teuer. Engagieren Sie eine große Agentur, die gar international tätig ist, kostet das Aufschlag. Aber diese Bereiche sind für kleine und mittelständische Unternehmen nur noch dann von Interesse, wenn entweder die Branche einen aufwändigen Auftritt verlangt oder das Unternehmensziel im Internet liegt.

Den richtigen Weospace-Anbieter finden

Der Einstieg ins Internet ist für wenige Euro zu haben. Bei Host Europe geht es schon bei 19 Cent im Monat los. Dieses Angebot reicht beispielsweise völlig, wenn Ihre Internetpräsenz vor allem eine Visitenkarte Ihrer Firma sein soll.

Aber auch anspruchsvollere Kunden werden im Preisbereich unter 5 Euro im Monat fündig. Achten Sie hier auf besondere Angebote und nehmen Sie sich Zeit für einen Vergleich. Im Bereich "Nägel mit Köpfen" finden Sie eine Übersicht:

» [Weospace bis 4,99 Euro monatlich im Vergleich](#)

Wer mehr Platz und Freiheiten braucht, bekommt zwischen 5,00 und 10,00 Euro eine Menge geboten. Fortgeschrittene Internettechniken wie PHP und MySQL sind hier die Regel - Webshops und andere wichtige Funktionen für echtes Internet-Business sind dabei kein Problem mehr. Achten Sie hier beim Vergleich auch darauf, wieviel Datenverkehr man Ihnen pro Monat zuspricht und was eine Überschreitung kostet. Eine Entscheidungsgrundlage kann auch sein, ob die Mailfächer gegen unerwünschte Werbemails ("Spam") und Sicherheitsgefahren wie Viren geschützt sind.

Wundern Sie sich übrigens nicht, wenn die Leistungen der Anbieter teilweise erheblich differieren. Da ein Vergleich wegen der Vielzahl der Angebote schwer fällt, kann man offensichtlich auch mit schlechten Produkten überleben.

Hier finden Sie eine Übersicht:

» [Weospace von 5,00 bis 9,99 Euro monatlich im Vergleich.](#)

Brauchen Sie mehr Platz, viele Domains und Mailadressen wird es entsprechend teurer. Auf der Vergleichsseite finden Sie hier Angebote ab 10,00 Euro im Monat:

» [Webspace über 10,00 Euro monatlich im Vergleich.](#)

Noch mehr Vergleichsmöglichkeiten: Im Bereich "Nägel mit Köpfen" finden Sie außerdem eine Liste mit den » [besten Tipps](#) aus allen Preisklassen, sowie die Möglichkeit, sich alle Angebote anzusehen und sie nach den persönlichen Vorstellungen einzugrenzen: » [Übersicht und Suche](#).

Wer noch mehr Platz braucht und sich seinen Server nicht noch mit hunderten oder gar tausenden anderen teilen will, kann sich einen eigenen mieten. Solche Angebote haben inzwischen einige Dienstleister im Portfolio, beispielsweise Deutschlands beiden größten 1&1 und Strato.

Worauf ist bei der Entscheidung zu achten?

Für Laien wird es nicht ganz einfach, die vielfältigen Angebote miteinander zu vergleichen. Folgend deshalb einige Merkmale, die für Sie wichtig sein können:

- Wieviel Webspeicherplatz ([☐ Webspace](#)) wird angeboten?
- Wieviel Domains (Internetadressen) sind inklusive?
- Werden auch [☐ Subdomains](#) angeboten?
- Wieviele Mail-Postfächer und -Adressen sind möglich?
- Wird Schutz vor [☐ Viren](#) und [☐ Spam](#) angeboten?
- Wieviel Datenverkehr ([☐ Traffic](#)) darf erzeugt werden?
- Was kostet die Überschreitung dieser Begrenzung?
- Entstehen zusätzliche Kosten im Monat?
- Gilt das Angebot nur in Verbindung mit Werbebannern auf der eigenen Seite?
- Sind dynamische Techniken inklusive wie [☐ Server Side Includes \(SSI\)](#), CGI-Skripte, [☐ PHP](#) und [☐ MySQL](#)?
- Mit wievielen Kunden teile ich meinen Platz auf dem Server?
- Steht der Server in Deutschland?
- Verfügt der Anbieter über eine gute Anbindung an die wichtigen Knotenpunkte des Internet?
- Werden Aussagen über die Zuverlässigkeit (Erreichbarkeit) der Server gemacht? Gerade wer professionell das Internet nutzt, kann es sich nicht leisten, dass seine Seite über längere Strecken hinweg nicht erreichbar ist.
- Gibt es Zusatzleistungen, die für mich interessant sein können (kostenloser Online-Shop, Gutscheine für Gratiswerbung, Softwarepakete, integrierte Kommunikationslösungen etc.)

Gerade beim letzten Merkmal punkten die großen Anbieter wie Strato und 1&1. Sie übertreffen sich gern gegenseitig in den **kostenlosen Dreingaben**, die für einen Einsteiger durchaus interessant sein können. Wer hingegen nur die nackten Kennzahlen vergleicht, fährt mit kleineren Anbietern oft günstiger.

Lese- und Linktipps

Viele Informationen und zahlreiche Tarife im Vergleich finden Sie natürlich auf *Internet optimal nutzen*: » [Günstige Angebote rund um Webspace und Hosting](#)

Wer sich auskennt und schon weiß, was er will, kann außerdem auf entsprechenden Internetseiten recherchieren:

[🔗 hosting-tarife.com - der Webspace-Preisvergleich](#)

[🔗 webhostlist.de](#)

[🔗 hostsuche.de](#)

Stand des Artikels: November 2005

Diese Seite stammt von www.internet-optimal-nutzen.de