

Einfach zur eigenen Website

Wer heutzutage ein Geschäft führt, kommt um eine eigene Website nicht mehr herum. Glücklicherweise ist dies auch für Laien mittlerweile einfacher denn je. **Wir haben die Wegleitung für Sie.** • VON PASCAL SCHERRER



Suchen Sie heute nach einem Coiffeur, einer Schreinerei oder einem Yogastudio, greifen Sie zuerst zum Smartphone. Wer dabei nur eine Adresse und keine Website findet, ist schnell weg und geht zur Konkurrenz. Für Schweizer KMU ist eine Smartphone-optimierte, saubere Webpräsenz darum kein «Nice to have» mehr, sondern Pflicht. Die gute Nachricht: Der Weg von null zur eigenen Website ist heutzutage einfacher denn je. Dank simplen Baukastensystemen

kann selbst ein Laie ohne Website-Vorkenntnisse oder Programmiererfahrung eine Webpräsenz erstellen. In diesem Artikel führen wir Sie Schritt für Schritt durch den Prozess – von der Idee bis zur fertigen Webseite.

1. Ziele klären

Bevor Sie eine Domain reservieren oder einen Baukasten abonnieren, kommt der wichtigste Schritt: Überlegen Sie sich kurz, was Ihre

Website eigentlich leisten soll. Typische Varianten für kleine Betriebe sind:

- **Onlinevisitenkarte:** Die Seite zeigt nur Adresse, Öffnungszeiten, Leistungen, ein paar Fotos und ein Kontaktformular.
- **Kundengewinnung:** Die Site soll in Google gefunden werden, Vertrauen erwecken und Interessierte zur Kontaktaufnahme bringen.
- **Serviceplattform:** Ihre Kundschaft soll online Termine buchen, Formulare herunterladen oder Support anfordern können.

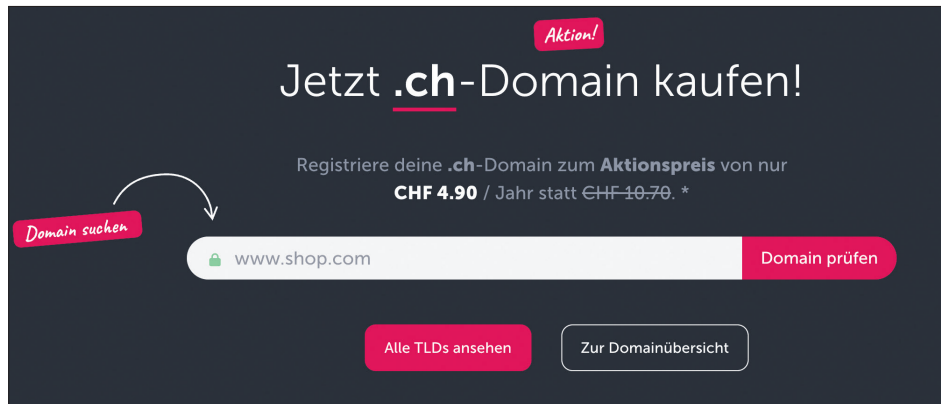


Bild 1: Die Zeiten, in denen Domains teuer waren, sind längst vorbei

● **Verkaufskanal:** Die Webseite beinhaltet einen eigenen Shop mit Warenkorb und Möglichkeit zur Onlinezahlung.



Bild 2: Ein Schweizer Serverstandort kann je nach Art Ihres KMUs aus Datenschutzgründen wichtig sein

Je klarer Sie Ihre Ziele definieren, desto einfacher wird alles Weitere. Für eine simple Firmenpräsenz reicht ein kleines Hosting-Paket mit Baukasten völlig (dazu später mehr). Für einen Onlineshop oder komplexe Funktionen brauchen Sie mehr Planung – und oft auch mehr Budget.

2. Namen und Domain

Der Domainname ist Ihre Adresse im Netz, zum Beispiel *meier-metallbau.ch*. Für die meisten Schweizer Betriebe kommt als Endung vor allem .ch infrage, manchmal zusätzlich .swiss. Tipps für die Namenswahl:

- Kurz und merkbar: Lieber *blumenegli.ch* als *blumenladenegliag.ch*.
- Möglichst nah am Firmennamen oder an Ihrer Marke.
- Keine komplizierten Schreibweisen, wenn möglich ohne Umlaute und Sonderzeichen.
- Prüfen Sie, ob der Name nicht mit einer bestehenden Marke oder Firma kollidiert.

Die Domain registrieren Sie in der Praxis meist direkt beim Webhoster. Teuer sind Domains dabei schon lange nicht mehr. Oft gibt

es sie für jährlich zehn Franken, **Bild 1**. Technisch wird Ihre Wunschadresse mit dem Speicherplatz beim Hoster verknüpft. Wenn die Domain schon vergeben ist, helfen oft kleine Variationen, etwa mit einer Ortsangabe: *coiffeur-marti-biel.ch* statt *coiffeur-marti.ch*.

Die schweizerische Endung .swiss kann zusätzlich spannend sein, wenn Sie die Swissness bewusst betonen möchten. Für den Alltag reicht aber meistens eine gute .ch-Domain.

Tipp: Viele weitere nützliche Ratschläge rund um Domains lesen Sie im Artikel «Tipps zur perfekten Domainwahl» auf S. XX.

3. Hoster auswählen

Die Domain ist nur die Adresse. Damit dahinter eine Website sichtbar wird, brauchen Sie einen Webhoster. Der Hoster stellt Speicherplatz, Datenbank, E-Mail und die Grundtechnik wie SSL-Verschlüsselung zur Verfügung. Worauf sollten KMUs bei der Hoster-Wahl besonders achten?

● **Serverstandort:** Für Schweizer Betriebe ist ein Standort in der Schweiz oder zumindest in Europa sinnvoll, auch aus Datenschutzgründen, **Bild 2**. Lesen Sie dazu auch unseren

Artikel «Hosting: der optimale Serverstandort» auf S. XX.

- **Support:** Erreichbarkeit, Sprache (Deutsch/Französisch/Italienisch) und Reaktionszeit sind wichtiger als das letzte Gigabyte Speicher.
- **Bedienoberfläche:** Ein übersichtliches Kundenportal erleichtert das Einrichten von E-Mail, Datenbanken und SSL-Zertifikaten.
- **Sicherheit:** Aktuelle Software-Versionen, automatische Backups und einfache Wiederherstellung im Notfall sind zentral.
- **Kosten:** Nicht nur den Einstiegspreis anschauen, sondern auch Folgekosten für Domain, SSL-Zertifikate, Backups oder zusätzliche E-Mail-Konten prüfen.

Tipp: Für kleine Websites reicht ein sogenanntes Shared-Hosting-Paket: Ihre Website liegt zusammen mit anderen Projekten auf einem Server, dafür kostet das Ganze nur wenige Franken pro Monat. Wenn die Website später wächst oder Sie viele Besucherinnen und Besucher haben, können Sie auf ein grösseres Paket oder einen eigenen virtuellen Server umsteigen.

4. Website bauen

Wenn Domain und Hoster festgelegt sind, kommt die grosse Technikfrage: Bauen Sie die Website mit einem Homepage-Baukasten oder mit einem Content-Management-System (CMS) wie WordPress?

WEBSITE-BAUKÄSTEN

Website-Baukästen funktionieren so einfach wie ein Baukasten für Lego-Häuser: Sie wählen eine Vorlage, ändern Farben, Texte und Bilder und fügen per Mausklick Elemente wie Kontaktformular, Bildergalerie oder Karte ein, **Bild 3**. Für sehr viele Kleinbetriebe, die «einfach eine solide Website» benötigen, ist ein seriöser Schweizer Baukasten eine sehr pragmatische Lösung. Die Vorteile:

- Sehr einfache Bedienung, ideal für Einsteigerinnen und Einsteiger.
- Viele Branchenvorlagen, etwa für Coiffeure, Restaurants, Handwerk und Vereine. →

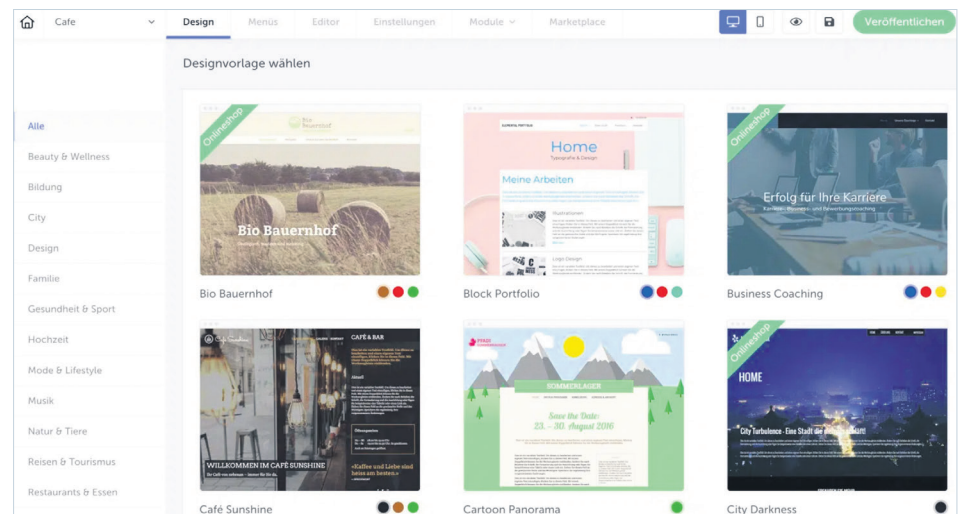


Bild 3: Baukästen ermöglichen es auch Laien, schnell Websites zu erstellen



Bild 4: Bei den CMS und Baukästen hat WordPress weltweit gesehen ganz klar die Nase vorn

- Technik, Updates und Sicherheit liegen beim Anbieter.

- Man ist schnell mit einer neuen Website online, oft in wenigen Stunden.

Es gibt allerdings auch einige Nachteile, die Sie kennen sollten. Denn die Einfachheit hat ihre Beschränkungen:

- Spezielle Wünsche lassen sich nur begrenzt umsetzen.
- Ein späterer Umzug zu einem anderen System ist aufwendiger.
- Man ist an den Anbieter gebunden, inklusive dessen Preismodell.

Einer der bekanntesten internationalen Anbieter für Website-Baukästen ist WIX ([de.wix.com](https://www.wix.com)). Inzwischen bieten aber ebenfalls viele Schweizer Webhoster eigene Baukastensysteme an, beispielsweise Green.ch, Hostpoint, Hosttech oder Infomaniak. So profitieren Sie vom Serverstandort Schweiz und können Ihre Website trotzdem selbst erstellen. Meistens sind Domain, Webhosting und Baukasten in einem Paket enthalten.

Pakete an, die speziell für die Arbeit mit WordPress optimiert sind.

WORDPRESS IM KLASSISCHEN EINSATZ

Im klassischen Einsatz wählen Sie bei WordPress ein sogenanntes Theme (eine Designvorlage) und ergänzen Ihre Website mit Plug-ins, also Erweiterungen. So lassen sich Kontaktformulare, Bildergalerien, Mehrsprachigkeit oder einfache Shopfunktionen realisieren. Die Vorteile dieser Variante:

- Sehr flexibel: Vom kleinen Blog bis zur umfangreichen Firmenwebsite oder zum Online-shop ist alles möglich.
- Grosse Auswahl an Themes und Plug-ins, viele davon auch kostenlos.
- Sie können bei Bedarf relativ einfach zu einem anderen Hoster umziehen.

Aber auch die Nachteile wollen wir an dieser Stelle nicht verschweigen:

- Mehr Verantwortung: WordPress, Themes und Plug-ins müssen regelmässig von Ihnen aktualisiert werden.

WORDPRESS & CO.

Ein CMS trennt grob gesagt Inhalt und Design: Sie erfassen Texte und Bilder in einer Bedienoberfläche, das System baut daraus automatisch die Webseiten in einem zuvor gewählten Layout. Wortwörtlich bedeutet das Kürzel CMS «Content-Management-System» – also ein System zur Verwaltung von Inhalten.

Bekannte CMS sind etwa WordPress, Joomla oder Drupal. Für kleine Betriebe ist WordPress in der Praxis der Platzhirsch, weil es am weitesten verbreitet, flexibel und gut dokumentiert ist, **Bild 4**. Viele Schweizer Webhoser bieten sogar Hosting-

- Mehr Angriffsfläche: Unsichere oder veraltete Erweiterungen sind ein Sicherheitsrisiko.
- Die Bedienung ist etwas komplexer als bei einem einfachen Baukasten.

WORDPRESS ALS BAUKASTEN

Spannend für KMU: WordPress lässt sich heute auch wie ein Baukasten nutzen. Mit Page-Builder-Plug-ins können Sie Webseiten per Drag-and-drop gestalten, ähnlich wie in einem Homepage-Baukasten, **Bild 5**:

- Sie ziehen Textblöcke, Bilder, Buttons oder Spalten an die gewünschte Stelle.
- Sie sehen oft schon beim Bearbeiten, wie die Seite später aussehen wird.
- Viele Themes sind von Anfang an für solche Page-Builder optimiert.

Damit verbindet WordPress zwei Welten: die Einfachheit eines Baukastens auf der Oberfläche und die Flexibilität eines mächtigen CMS im Hintergrund. Wer sich etwas Zeit nimmt oder Unterstützung von einer Agentur holt, bekommt so eine sehr anpassbare Website, ohne selbst programmieren zu müssen.

FAZIT: BAUKASTEN ODER WORDPRESS?

Sie können sich grob an folgenden Richtlinien bei der Wahl orientieren:

- **Homepage-Baukasten:** Wenn Sie ohne Vorkenntnisse schnell online sein möchten, keine besonderen Spezialfunktionen benötigen und sich wenig um Technik kümmern wollen, ist der Baukasten die beste Wahl.
- **WordPress als CMS oder Baukasten:** Wenn Sie mehr Kontrolle und Flexibilität über Ihre Website haben möchten, diese vielleicht später ausbauen wollen und bereit sind, etwas mehr Zeit oder ein kleines Budget für Einrichtung und Wartung zu investieren, entscheiden Sie sich für WordPress.

5. Inhalte planen

Egal ob Baukasten oder WordPress: Ohne gute Inhalte bleibt jede Website nur eine schöne Hülle. Bevor Sie loslegen, hilft ein Blatt Papier oder ein digitales Notizbuch. Überlegen Sie: Welche Seiten braucht meine Website wirklich? Für die meisten KMU reicht diese Grundstruktur, **Bild 6**:

- **Startseite:** Kurz erklären, wer Sie sind und was Sie anbieten. Eine klare Handlungsaufforderung («Jetzt Termin vereinbaren», «Offerte anfordern») schadet nie.
- **Über uns:** Informationen zur Firma, zum Team, zur Geschichte. Das schafft Vertrauen.
- **Leistungen/Angebot:** Ihre Dienstleistungen oder Produkte, möglichst konkret und verständlich beschrieben. Preise oder zumindest Preisspannen helfen der Kundschaft bei der Einordnung.
- **Referenzen:** Beispiele, Fotos von Projekten und Kundenzitate sind Gold wert.
- **Kontakt:** Adresse, Telefon, E-Mail, Kontaktformular und Lageplan. Für lokale Betriebe idealerweise mit Karte und Hinweisen zu ÖV oder Parkplätzen.

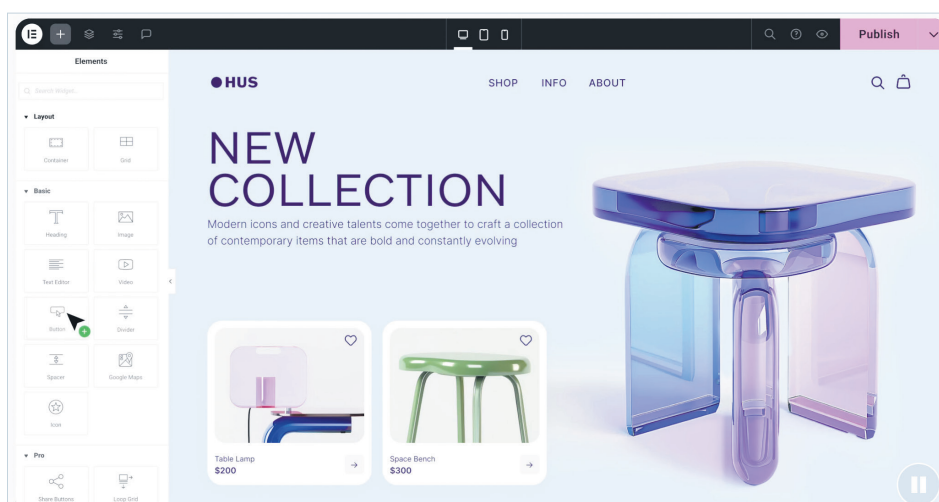


Bild 5: Mit Plug-ins wie Elementor lässt sich auch in WordPress eine Website mit einem einfachen Baukastensystem erstellen

● **Rechtliches:** Impressum, Datenschutzerklärung, eventuell AGB.

Tipp: Halten Sie Texte eher kurz und klar. Schreiben Sie so, wie Sie es Ihrer Kundschaft am Telefon erklären würden. Lange Schachtelsätze und Fachchinesisch schrecken eher ab. Und lassen Sie Ihre Texte auf Fehler korrigieren (etwa von ChatGPT). Nichts wirkt unseiner als ein fehlerhafter Text.

6. Online gehen

Wenn die Inhalte stehen und das Design passt, wird es ernst: Die Website soll online gehen. Vorher lohnt sich ein gründlicher Testlauf:

- Funktionieren alle Links, Formulare und E-Mail-Benachrichtigungen?
- Sieht die Website auf Smartphone, Tablet und Desktop-PC gut aus? Rund 80 Prozent der Besucherinnen und Besucher rufen eine Website heute mit dem Smartphone auf.
- Laden die Seiten zügig oder bremsen riesige Bilder den Auftritt aus?
- Sind Öffnungszeiten, Adresse, Preise und Kontaktangaben korrekt?

Wenn alles stimmt, können Sie die Website veröffentlichen und kommunizieren: Dabei helfen ein Link in der E-Mail-Signatur und auf Rechnungen, Flyer, Social Media und Onlineverzeichnisse. Ganz wichtig: Die Website ist



Bild 6: Planen Sie Ihre Seite am besten auf Papier

kein einmaliges Projekt, das nach der Fertigstellung in der Schublade verschwindet. Pflegen Sie Ihren Auftritt regelmässig. Dazu gehören unter anderem:

- **Inhalte aktualisieren:** neue Fotos, aktuelle Öffnungszeiten, News, Aktionen.

● **Technik warten:** Updates für Baukastensystem oder CMS, Backups kontrollieren.

- **Sicherheit im Blick behalten:** Starke Passwörter verwenden und kein wildes Installieren von Plug-ins oder Erweiterungen, die Sie gar nicht brauchen.

Anzeige

acer
for business

TravelMate Spin P4

Prozessor: Intel® Core™ Ultra 7 255U
Display: 14" WUXGA IPS Touchdisplay
Arbeitsspeicher: 32 GB DDR5 RAM
Massenspeicher: 1.000 GB PCIe Gen4 SSD
Grafikkarte: Intel® Graphics
Betriebssystem: Windows 11 Pro (64-bit)
Gewicht: 1.43 kg



Besser arbeiten mit AI

Das Acer TravelMate P4 Spin 14 ist das ultimative Convertible-AI-Business-Notebook, das leistungsstarke AI, unternehmensgerechte Sicherheit und ein beeindruckendes Display in einem robusten, leichten Gehäuse kombiniert. Der Active Stylus lässt sich einfach in der vorgesehenen Halterung verstauen – für Vielseitigkeit, Produktivität und Kreativität unterwegs.

Mehr Informationen
zum Gerät.



Tipps zur perfekten Domainwahl

Die Wahl der passenden Domain ist der erste und zugleich wichtigste Schritt für den Erfolg der eigenen Website. Obacht gilt bei den Rahmenbedingungen und der Vorgehensweise.

Der PCTipp-Leitfaden für eine erfolgreiche Domainregistrierung. • VON DANIEL BADER



Bei der Suche des Domainnamens ist es wichtig, Kriterien wie Prägnanz, Relevanz und natürlich die Verfügbarkeit in Einklang zu bringen. Ein funktionaler Domainname ist kurz, einprägsam und frei von Missverständnissen. Im Folgenden erfahren Sie alles Wissenswerte rund um die Wahl von Domainnamen und deren Registrierung.

Tipps zur Namenswahl

Überlegen Sie vorab, ob der Name Ihre Marke oder den Kerninhalt Ihrer Webpräsenz adäquat repräsentiert. Auch die Verwendung

von Umlauten (ä, ö, ü) und Sonderzeichen ist meist nur die zweitbeste Lösung. Besser ist es, komplett darauf zu verzichten. Obwohl der Standard IDN (steht für Internationalized Domain Names) solche Umlaute zulässt, kann deren Einsatz in E-Mail-Korrespondenz oder älteren Systemumgebungen zu technischen Inkompatibilitäten führen. Die Schreibweise ohne Umlaut (ae, oe, ue) gewährleistet eine höhere Kompatibilität. Überprüfen Sie zudem, dass der gewählte Name keine bestehenden Marken- oder Namensrechte verletzt, um (spätere) juristische Auseinandersetzungen auszuschließen.

Die passende Endung

Auch die Wahl der passenden Domainendung (Top-Level-Domain, kurz TLD) ist für eine erfolgreiche Internetpräsenz matchentscheidend. Im Folgenden zeigen wir Ihnen die wichtigsten Domainendungen und was genau dahintersteckt.

DER KLASSIKER (.CH)

Die .ch-Domain fungiert als De-facto-Standard für sämtliche Schweizer Unternehmen und Personen. Sie signalisiert eine klare nationale Zugehörigkeit. Sie genießt bei Konsu-

menten hohes Vertrauen. Sie ist als .ch-Endung zugleich ein Lokalisierungsmerkmal. Für eine primär in der Schweiz tätige Entität ist die .ch-Endung die obligatorische Basis.

DAS QUALITÄTSLABEL (.SWISS)

Die .swiss-Domain ist eine exklusive Domainoption. Sie steht für die Zugehörigkeit zur Schweiz und die verbundenen Werte wie Authentizität, Qualität sowie Präzision, womit sie als nationales Markenzeichen und auch für internationale Märkte einen sehr hohen Stellenwert genießt.

KOMMERZIELLE TOP-DOMAIN (.COM)

.com gilt als kommerzielle Top-Level-Domain und ist weltweit die bekannteste Domainendung. Ihr Fokus liegt bei international ausgerichteten Schweizer Unternehmen.

THEMATISCHE DOMAINS

Neue TLDs wie beispielsweise .shop oder geografische Endungen wie .zuerich können als Ergänzung zur Hauptdomain eingesetzt werden, um den Zweck oder die lokale Verankerung zu stärken. Sie eignen sich zur gezielten Adressierung von Nischenmärkten oder zum Schutz der primären Marke.

Schweizer Registrare

Bekannte Schweizer Hostingprovider und Domainregistrare wie Cyon, Green.ch, Hostpoint, Hosttech und Infomaniak bieten einen signifikanten Mehrwert bei der Domainverwaltung. Ihr Hauptvorteil liegt in der lokalen Expertise und dem Schweizer Kundensupport. Diese Anbieter verfügen über umfassende Kenntnisse der Registry-Bestimmungen von SWITCH (ist zuständig für die Domains .ch und .swiss) und gewährleisten eine reibungslose Abwicklung von Domainregistrierungen und Domaintransfers.

Die erwähnten Anbieter stellen teils fortschrittliche Suchinstrumente (siehe auch Box oben) bereit, die nicht nur die Verfügbarkeit der TLDs prüfen, sondern auch die Freigabe in relevanten Social-Media-Kanälen oder Markendatenbanken ermitteln können. Zudem werden von diesen Providern häufig integrierte Pakete angeboten, die Domain, Hosting und E-Mail-Dienste bündeln und somit die zentrale Administration vereinfachen.

Die Wahl eines guten, etablierten Anbieters steht für Verlässlichkeit, datenschutzkonforme Datenhaltung und effiziente Abwicklung und im Fall einer nötigen Supportleistung für schnelle und unkomplizierte Hilfe. Die fünf erwähnten Anbieter können wir alle mit gutem Gewissen empfehlen.

Sicherung & Kostenstruktur

Konkret erfolgt die Sicherung einer Domain über einen autorisierten Registrar (mehr dazu im vorherigen Abschnitt). Nach der Verfügbarkeitsprüfung des Wunschnamens wird die

TIPP: Mit Domain GPT schneller zur Domain



Der Schweizer Provider Hosttech bietet mit seiner KI-gestützten Domainsuche Domain GPT (hosttech.de/blog/domains/ki-domain-suche) eine Option, um «noch schneller und einfacher zur perfekten Domain für sein eigenes Projekt zu finden». Die KI-gestützte Domainsuche gibt es im myhosttech-Kundencenter. Dabei genügt es, so der Provider Hosttech, das KI-Tool mit Vorgaben zu füttern, in welche Richtung gesucht werden soll. Domain GPT macht Domainvorschläge, die direkt registriert werden können.

Domain GPT nutzt die künstliche Intelligenz von ChatGPT-Entwickler OpenAI. Damit mit dem Tool überhaupt kommuniziert werden kann, spricht exakte Anfragen bezüglich einer Domain gestellt werden können, zapft Hosttech die relevanten Schnittstellen beim OpenAI-Tool an. Domain GPT prüft in diesem Zusammenhang unter anderem den oder die gesuchten Domainnamen auf Verfügbarkeit. Danach liefert Domain GPT Ihnen direkte Vorschläge mit der passenden TLD, und zwar innert Sekunden.

Registrierung unter Angabe der korrekten Inhaberdaten vorgenommen und durch die Bestätigung der offiziellen Registrierungsstelle SWITCH mit der Bezahlung der Gebühren rechtsgültig.

Die jährlichen Kosten für eine standardmässige .ch-Domain bewegen sich zwischen 10 und 25 Franken pro Jahr. Die .swiss-Domain ist hingegen mit jährlichen Kosten von 80 Franken aufwärts signifikant teurer, womit ihr spezieller «Premium»-Charakter adressiert wird.

Tipp: Beachten Sie bei Einführungspreisen stets die Kosten für die nachfolgende jährliche Verlängerung.

Rechte und Pflichten

Das Wichtigste zuerst: Als Inhaber erwerben Sie das exklusive Nutzungsrecht der Domain, einschliesslich der Möglichkeit des Verkaufs oder des Transfers.

Damit einhergehen jedoch im Gegenzug auch Pflichten. Die wichtigste ist die ständige Korrektheit und Aktualität der Inhaberdaten (Name, Adresse, E-Mail) im WHOIS-Eintrag. Unrichtige oder veraltete Angaben können gemäss den Registrierungsrichtlinien zur temporären Sperrung der Domain führen.

Des Weiteren sind Sie als Domaininhaber zur fristgerechten Entrichtung der jährlichen

Gebühren und zur rechtmässigen Nutzung der Domain verpflichtet.

Wird die Jahresgebühr nicht termingerecht beglichen, erfolgt zunächst eine Mahnung durch den Registrar. Wird auch diese Frist ignoriert, wird die Domain in der Regel deaktiviert (Einstellung der Funktionalität) und in den Status der sogenannten Redemption Grace Period (RGP) überführt. Innerhalb dieser Frist von typischerweise 30 Tagen kann die Domain gegen eine erhöhte Wiederherstellungsgebühr reaktiviert werden. Nach Ablauf der RGP wird die Domain unwiderruflich gelöscht und zur Neuregistrierung freigegeben. Bei wertvollen Domains besteht in diesem Moment ein hohes Risiko, dass Dritte die Domain sofort registrieren und somit der Verlust des Domainnamens eintritt.

Fazit: aktuell halten

Die sorgfältige Wahl und Verwaltung der Domain ist Pflicht und gerade im Onlinegeschäft massgebender Erfolgsfaktor. Während .ch als Standarddomain für die Schweiz gesetzt ist und .com für die internationale Ausrichtung steht, gilt die .swiss-Domain als schönes Plus. Wichtig für den Fall der Fälle: Vertrauen Sie auf die Datenhaltung und Expertise lokaler Schweizer Registrare. Stellen Sie immer auch die Aktualität Ihrer Inhaberdaten sicher. ●

Hosting: der optimale Serverstandort

Lange galten Schweizer Webhoster als teuer. Doch dies ist längst nicht mehr der Fall.

Auch anderweitig bietet lokales Webhosting grosse Vorteile. ● VON PASCAL SCHERRER



Viele Webhoster in der Schweiz werben mit Schlagworten wie «Serverstandort Schweiz», «Swiss Cloud» oder «Webhosting made in Switzerland». Für Kundinnen und Kunden klingt das nach mehr Sicherheit, mehr Datenschutz und besserem Service. Aber stimmt das? Oder zahlt man vor allem einen Aufpreis für ein hübsches Label? In diesem Artikel schauen wir an, was ein Schweizer Hosting bringt, wo die Grenzen liegen und für wen sich der Aufpreis am meisten lohnt.

Was ist Schweizer Hosting?

Wenn ein Anbieter mit Schweizer Webhosting wirbt, meint er meistens drei Dinge:

- Die Server stehen in einem Rechenzentrum in der Schweiz.
- Der Vertragspartner ist eine Firma mit Sitz in der Schweiz.
- Support und Administration laufen in der Regel über Teams in der Schweiz oder zumindest in der gleichen Zeitzone.

Das klingt banal, ist aber alles sehr wichtig: Es gibt auch Anbieter, die zwar einen Schweizer Firmensitz haben, die eigentlichen Hosting-Server aber in Deutschland oder anderswo in Europa betreiben.

Umgekehrt gibt es internationale Konzerne, die zwar ein Rechenzentrum in der Schweiz betreiben, die Verträge aber nach ausländischem Recht laufen lassen. Wer aus rechtli-

chen oder anderen Gründen zwingend einen klar definierten Datenstandort Schweiz benötigt, sollte daher die Details auf der Website des Hosters und die AGB genau lesen.

Datenschutz

Beim Thema Datenschutz fallen schnell zwei Abkürzungen: DSGVO und DSG. Das DSG ist das revidierte Schweizer Datenschutzgesetz, das seit dem 1. September 2023 gilt. Die DSGVO ist die Europäische Datenschutz-Grundverordnung, von der man vor allem wegen hoher Bussen in den Medien liest.

Vereinfacht gesagt: Beide Regelwerke wollen das Gleiche – persönliche Daten von Nut-

zerinnen und Nutzern schützen. Sie haben aber eine etwas andere Systematik.

Das Schweizer Gesetz geht davon aus, dass das Bearbeiten von Personendaten grundsätzlich erlaubt ist, solange Persönlichkeitsrechte nicht verletzt werden. Die DSGVO arbeitet formeller mit Rechtsgrundlagen wie Einwilligung, Vertragserfüllung oder berechtigtem Interesse. Für eine normale Firmenwebseite ist der Unterschied in der Praxis kleiner, als man denkt: Man braucht in beiden Fällen transparente Informationen, eine Datenschutzerklärung und sollte nicht mehr Daten sammeln, als wirklich nötig.

Spannend ist die Frage: Hilft mir ein Schweizer Serverstandort beim Datenschutz? In vielen Fällen lautet die Antwort: ja!

- Die Schweiz gilt aus EU-Sicht als Land mit angemessenem Datenschutzniveau. Das heisst: Daten dürfen grundsätzlich zwischen der EU und Schweiz fließen, ohne dass man gleich Zusatzverträge aufsetzen muss.
- Viele Schweizer Webhoster legen Wert darauf, dass Kundendaten im Land bleiben. Für Gemeinden, Schulen, Gesundheitswesen oder Treuhänder kann das ein wichtiges Argument sein. Zum einen aus rechtlichen Gründen, aber auch weil es sich gegenüber den eigenen Kundinnen und Kunden verständlicher erklären lässt.

- Im Konfliktfall ist es oft angenehmer, wenn Vertrag, Gerichtsstand und Sprache «vor der Haustür» liegen.

Ganz wichtig: Die DSGVO kann trotzdem gelten, auch wenn der Server in Zürich steht. Sobald Sie sich mit Ihrer Website gezielt an Personen in der EU richten, etwa mit Preisen in Euro oder Versand in EU-Länder, greifen die EU-Regeln ebenfalls. Cookie-Banner, Einwilligungen und Informationspflichten erledigt man also nicht, indem man einfach auf «Swiss Hosting» wechselt.

Support

Wenn Leserinnen und Leser im PCTipp-Forum von Hosting-Problemen schreiben, geht es meistens um Fragen wie die folgenden:

- «Ich habe mein Passwort verloren, wie komme ich wieder ins Kundenkonto?»
- «Wie richte ich die E-Mail-Adresse für das Büro korrekt ein?»
- «Warum funktioniert das SSL-Zertifikat plötzlich nicht mehr?»

Hier kommt der Support des Hosting-Providers ins Spiel – und der ist häufig der Punkt, bei dem Schweizer Anbieter gegenüber grossen internationalen Massenhostern richtig punkten können. Typisch für Schweizer Hoster und ein grosser Vorteil sind:

- Support in Deutsch (und oft auch Französisch sowie Italienisch).
- Erreichbarkeit zu normalen Bürozeiten. Manche Anbieter, etwa Hostpoint, bieten sogar einen technischen Support an sieben Tagen in der Woche.
- Ein besseres Verständnis für .ch-Domains, Schweizer E-Mail-Anbieter und typische KMU-Szenarien.

Bei internationalen Billiganbietern landet man häufiger in einem englischsprachigen Chat, in einem ausgelagerten Callcenter oder kämpft mit automatisierten Antworten. Das kann funktionieren, setzt aber mehr technisches Wissen und Englisch voraus. Wer im Alltag lieber auf (Schweizer-)Deutsch erklärt, was nicht funktioniert, ist mit einem lokalen Hoster in der Regel besser bedient.

Geschwindigkeit

Der dritte grosse Punkt ist die Geschwindigkeit. Aus Nutzersicht zählt vor allem: Wie schnell lädt meine Website? Hier spielen mehrere Faktoren zusammen:

- Die Entfernung zwischen Nutzer und Server (Latenz).
- Die Technik im Rechenzentrum (SSD- oder NVMe-Datenspeicher, Caching, Webserver-Konfiguration etc.). →

Anzeige



HOSTPOINT



Domains



Webhosting



Website



E-Mail

web-site.ba/uen

Die eigene Website im Handumdrehen erstellen? Mit Sites von Hostpoint dank intuitiver Bedienung, flexiblem Editor und unzähligen Designs kein Problem. Alles Gründe, weshalb wir seit mehr als 20 Jahren der führende Schweizer Hosting-Provider sind. Bauen Sie jetzt Ihre Website.



Bild 1: Das Tempo macht sich vor allem bemerkbar, wenn die Server des Webhosters in den USA oder in Asien stehen

● Die Umsetzung der Website selbst (Bildergrösse, Zahl der Skripte, CMS-Plug-ins und so weiter).

Die Latenz ist die Zeit, die ein Datenpaket vom Browser zum Server und zurück braucht. Innerhalb von Europa bewegen wir uns da im Bereich von wenigen Dutzend Millisekunden. Der Unterschied zwischen einem Server in Zürich und einem in Frankfurt ist messbar, aber für eine normale Website mit Text, Bildern und einem Kontaktformular selten dramatisch. Ein Nutzer dürfte den Unterschied also kaum bemerken. Viel wichtiger sind Dinge wie halbwegs schlank optimierte Bilder oder ein nicht völlig überladenes CMS.

Deutlicher spürbar wird der Standort, wenn der Server zum Beispiel in den USA oder Asien steht, die Zielgruppe aber überwiegend aus der Schweiz kommt. Dann summieren sich die Millisekunden, vor allem bei vielen kleinen Anfragen, **Bild 1**.

Für typische Schweizer KMU-Websites ist oft entscheidender, ob der Hoster eine solide Plattform mit aktueller Technik anbietet, als ob der Server nun in der Schweiz oder im benachbarten Ausland steht.

Preise

Bleibt die Kostenfrage. Lange hatte das Schweizer Hosting den Ruf, deutlich teurer zu sein als Angebote aus Deutschland oder gar Übersee. Das Bild ist heute differenzierter:

● Die günstigsten Angebote mit Standort Schweiz beginnen oft schon im einstelligen

Frankenbereich pro Monat. So bietet etwa der Provider Hosttech ein Einstiegspaket für günstige Fr. 4.90 pro Monat. Das reicht für einfache Websites, Blogs oder Vereinsseiten meist aus. Unlimitierte E-Mail-Konten sind sogar bereits inkludiert.

● Komfortablere Pakete mit mehr Speicher, zusätzlichen Datenbanken und anderen Extras kosten mehr, bewegen sich aber oft immer noch im zweistelligen Frankenbereich pro Monat. Beim Anbieter Cyon etwa gibt es rund 1000 GB SSD-Speicher mit 3 GB RAM und unendlichen Domainplätzen für lediglich Fr. 29.90 pro Monat.

● Teurer wird es in der Regel bei professionellen Lösungen wie Managed-Servern, eigenen virtuellen Servern oder spezialisierten Cloud-Angeboten. Hier kann der Schweizer Standort stärker zu Buche schlagen. Ein Vergleich der verschiedenen Schweizer Anbieter lohnt sich daher.

WARUM KANN DER STANDORT SCHWEIZ TEURER SEIN?

Die Antwort erraten Sie sicher schon: Rechenzentren, Löhne und Strom sind in der Schweiz schlicht teurer. Dafür bekommen Sie:

- Einen klar definierten Standort im Land.
- Support aus der Schweiz.
- Bei manchen Anbietern wie Infomaniak sehr konsequent umgesetzte Nachhaltigkeit, zum Beispiel mit erneuerbaren Energien oder Abwärmenutzung.

Wer primär auf den Preis schaut, findet im Ausland attraktive Angebote. Wer den Ge-

samtmix aus Standort, Schweizer Support und Rechtssicherheit betrachtet, empfindet den Aufpreis für Schweizer Hosting vielfach als sehr gut vertretbar.

Wann lohnt es sich?

Nicht für jede Website braucht es zwingend einen Server in der Schweiz. Es gibt aber einige typische Situationen, in denen ein Schweizer Hoster eine sehr gute Wahl ist. Im Folgenden noch einmal eine kurze Zusammenfassung, für wen ein Schweizer Hosting besonders empfehlenswert ist.

● Sie betreiben eine Website mit heikleren Daten, beispielsweise im Gesundheitsbereich, bei einer Schule, einer Gemeinde oder einem Treuhandbüro. Hier verlangen interne Richtlinien oder Gesetze oft, dass die Daten in der Schweiz bleiben. In diesem Fall ist ein Schweizer Hosting sogar zwingend.

● Ihre Zielgruppe sitzt fast ausschliesslich in der Schweiz. Dann passt der Standort und Sie haben gleichzeitig kurze Wege und Support in den Landessprachen.

● Sie möchten im Streitfall nicht mit ausländischem Recht und fernen Gerichten jonglieren, sondern einen Vertrag nach Schweizer Recht.

● Ihnen ist Nachhaltigkeit wichtig und Sie wünschen sich einen Anbieter, der seine Rechenzentren nachweislich energieeffizient betreibt – etwas, das sich auch schön im eigenen Nachhaltigkeitsbericht oder auf der Firmenwebsite kommunizieren lässt.