

# Shopleiter-Magazin . . .

SEO-, SEM- und eCommerce Tipps für Shopbetreiber  
von wallaby IT-Systems

September 2010 :: 5. Ausgabe

## eMail-Marketing mit vtiger CRM

Mail-Marketing ist für viele Firmen eine enorme datentechnische Herausforderung. Direktmarketing ohne ein leistungsfähiges Tool ist ein schwieriges Unterfangen. Problematisch sind vor allen Dingen folgende Aspekte: Personalisierter eMail-Newsletter, Kundendatenverwaltung, zielgruppengerechte Ansprache, usw. vtiger ist ein Customer Relationship Programm (CRM) zum Mailversand. ... Seite 2

## Nicht der Preis allein zählt

Immer mehr Online-Händler bieten ihren Kunden immer besseren Kundenservice. Es ist längst kein Geheimnis mehr, dass Internet-Shopper ihre Kaufentscheidung nicht allein vom Preis abhängig machen. Zunehmend entscheiden Serviceangebot und Vertrauenswürdigkeit des Händlers, ob ein Kunde seinen Warenkorb durch die Kasse schiebt und den Einkauf abschließt. ... Seite 4

## Google Sitemaps für Shopbetreiber

Sitemaps informieren Suchmaschinen-Betreiber, wie bing, Google und Yahoo!, über die Sitestruktur Ihrer Homepage. Mit der Sitemap teilen Sie nicht nur mit, welche Seiten Ihr Webaufttritt besitzt, sondern liefern für jede einzelne URL noch nützliche Metadaten mit. Die Sitemaps lohnen sich nicht nur für URL's, es gibt inzwischen spezielle XML-Sitemaps für Bilder, Videos, News, Quellcode, Geo- und Mobile-Content. ... Seite 5

Unser **1.000 Magazin-Leser** ist Frau K. F.

Als kleines Dankeschön erhält er ein **Gratis Buch „Magento“**. Viel Spaß beim Lesen!

1.000 Magazin-Leser (Stand: 09/2010)



### Der Online Shop - Handbuch für Existenzgründer (2. Aufl.)

Teil I : Unternehmensgründung und -führung  
Teil II: Der Online Shop  
Teil III: Webdesign und Marketing

Beinhaltet Shopsysteme: **xtCommerce, Mondo** und **1&1**

### Gratis eBook-Download erhalten nur Newsletter-Abonnenten

Weitere Vorteile des Shopleiter eCommerce Magazins, wir ...:  
♦ liefern gratis SEO-, SEM-, SMO- und eCommerce KnowHow  
♦ informieren Sie, sobald die nächste Buchausgabe erscheint  
♦ versenden die 3. Aufl. vorab an angemeldete Magazin-Leser

**September 2010**

**Themenbeiträge:**

- \* eMail-Newsletter Marketing mit vtiger CRM
- \* Nicht der Preis allein zählt
- \* Google Sitemaps für Shopbetreiber
- \* Datensicherung ist Chefsache

**In dieser Ausgabe**

Buchtipps/eBook-Tipp	8
SEM-/SEO-Kalender	8
Impressum	8

## eMail-Marketing mit vtiger CRM

Massenmail versenden an Newsletter-Abonnenten

Mail-Marketing ist für viele Firmen eine enorme datentechnische Herausforderung. Direktmarketing ohne ein leistungsfähiges Tool ist ein schwieriges Unterfangen. Problematisch sind vor allen Dingen folgende Aspekte: Personalisierter eMail-Newsletter, Kundendatenverwaltung, zielgruppen-gerechte Ansprache, usw. vtiger ist ein Customer Relationship Programm (CRM) zum Mailversand.

Die Installation von vtiger ist weniger schwierig, problematischer ist es hingegen, den eMail Datenaustausch richtig zu konfigurieren. Erst durch die korrekte Einrichtung des Posteingangs- und Postausgangsservers funktioniert der Mail-Versand (Newsletter-Marketing).

Im folgenden zeigen wir Ihnen die einzelnen Schritte, wie Sie ein Massenmail inklusive eigenem Template einrichten und mit dem CRM-Tool vtiger<sup>1</sup> versenden:

- 1) Konfigurieren des Postausgangsservers
- 2) Einstellen des Posteingangsservers
- 3) Bearbeiten der Versandmailadresse
- 4) Importieren von Kontaktdaten (Contacts)
- 5) Bündeln von Kontaktdaten mit Filterlisten
- 6) Anlegen eines Templates mit Variablen
- 7) Versenden einer Massenmail

Unter "Settings > Outgoing Server" (Einstellungen > Mail Server SMTP) richten Sie die Kontodaten zum SMTP-Server ein.

- ◆ Server Name: ssl://mail.domain.tld:465
- ◆ User Name: testuser@domain.tld
- ◆ Password: ●●●●●●
- ◆ Requires Authentication: Yes

*Abb.1: Postausgangsserver einrichten*

*Abb.1: Posteingangsserver einrichten*

Bei "My Home Page > Webmail > Incoming MailServer Settings" (Startseite > Webmail > Einstellungen) finden Sie Daten zur POP-Server-Einrichtung.

Die Versandmailadresse ist identisch mit der Mailadresse des Administrators. Anpassen läßt sich das unter "My Preferences" (Einstellungen).

Zum Versenden des eMail-Newsletters benötigen Sie noch eMail-Adressen und Kontaktdaten, die Sie bspw. hier importieren: "Marketing > Contacts > Import Contacts" (Marketing > Personen > Import).

Bislang nutzten wir das in das Magento<sup>2</sup> Shopsystem eingebundene Mailingsystem.

### Herausgeber/Autoren dieser Ausgabe

**Susanne Angeli**  
Inhaber wallaby IT-Systems  
Buchautor bei M+T



**Wolfgang Angeli**  
SEO Berater, Buchautor und  
Social Media Entrepreneur



**Martina Sauer**  
Mitglied der paymorrow  
Geschäftsleitung



Nachdem aber die Newsletter-Abonnenten des Shopleiter Magazins und auch die geplanten Mails für das Shopleiter WIKI<sup>3</sup> drastisch ansteigen, entschlossen wir uns auf das professionellere vtiger Mail- und Marketingsystem zur Kundendatenverwaltung (CRM = Customer Relationship Management) umzusteigen. Zu diesem Zweck exportierten wir aus Magento die Kundenstammdaten in eine CSV-Datei. Diese läßt sich ziemlich bequem ins vtiger Tool importieren, indem Sie ein Mapping herstellen zwischen den kommasetrennten Feldern Ihrer CSV und den vorhandenen vtiger Datenfeldern, z.B. Anrede = Salutation, Vorname = First Name, Nachname = Last Name, usw.

Eine Liste mit Newsletter-Abonnenten erstellen Sie im Bereich "Marketing > Contacts" (Marketing > Personen), wo Sie rechts neben Filters auf "New" (Ansicht erzeugen) klicken. So legen Sie eine "New Custom view" an. Bei den Advanced Filters hinterle-

gen Sie dann Regeln, die aus den Kontakt- und Adressinformationen die Daten filtern, bspw. "Assigned To" equals "Marketing Group" oder "Lead Source" equals "Self Generated". Damit das klappt, müssen Sie natürlich vorab allen Newsletter-Abonnenten die entsprechenden Werte für "Assigned To" und "Lead Source" zuweisen.

Im Konfigurationsbereich "Settings > E-Mail Templates" (Settings > E-Mail Vorlagen) erstellen Sie eine Vorlage für den eMail-Versand. Für die Personalisierung der eMails greifen Sie auf vtiger Datenfelder zu, die Sie einfach als Variablen (Hallo \$contacts-salutation\$ \$contacts-lastname\$ \$contacts-firstname\$, ...) in die Nachricht kopieren. Wichtig hierbei ist, dass nur jeweils Variablen genutzt werden dürfen, die im entsprechenden Bereich vorkommen. Also nie Account-Felder bei Contacts nutzen, sondern stattdessen Contacts-Felder.

Sobald Sie alle Kontaktdaten importiert und das personalisierte E-Mail Template fertig eingerichtet haben, beginnt der Massenmailversand an Ihre Filterliste mit Newsletter-Abonnenten. Dazu gehen Sie wieder in den Bereich "Marketing > Contacts" und wählen dort rechts die gewünschte Filterliste aus. Dann markieren Sie alle Namen und drücken auf den Button "Send Mail" (E-Mail senden). Jetzt wählen Sie noch das Template aus, indem Sie auf den Button "Select Email Template" (E-Mail Vorlage wählen) klicken. Übrigens werden alle eMails als BCC versendet, um nicht Gefahr zu laufen, dass alle Kunden die eMail-Adressen der anderen erhalten.



#### Quellen/Linktipps:

vtiger CRM-System  
[vtiger.com](http://vtiger.com)

Magento Shopsystem  
[magentocommerce.com](http://magentocommerce.com)

eCommerce WIKI  
[shopleiter.eu](http://shopleiter.eu)

Neue vtiger Features  
[aimtheorycrm.com](http://aimtheorycrm.com)



#### Einstellungen > E-Mail Vorlagen > Ansehen "Wiki"

Manage E-Mail Vorlagen für Massenmails und Kampagnen

Eigenschaften: "Wiki" Bearbeiten

Name	Wiki
Beschreibung	Infobox Unternehmen Warenwirtschaft (contacts)
Verzeichnis	Public

E-Mail Vorlage	
Betreff	Ihr Warenwirtschaftssystem im Shopleiter eCommerce Wiki
Nachricht	Hallo \$contacts-salutation\$ \$contacts-lastname\$ \$contacts-firstname\$,  wir betreiben das neue große eCommerce WIKI namens <b>Shopleiter</b> . Auf der Wiki-Seite <b>Warenwirtschaftssystem</b> finden Sie auch Ihre Warenwirtschaftslösung. Leider fehlen uns noch einige Daten über Ihr Unternehmen. Wir würden uns freuen, wenn Sie \$contacts-salutation\$ \$contacts-lastname\$ oder ein Marketing-Kollege uns mit weiteren Informationen zu Ihrem Unternehmen versorgen. Alle gemachten Angaben (außer die Mailadresse) veröffentlichen wir kostenlos im eCommerce WIKI.

Abb.3: E-Mail Vorlagen bearbeiten

Susanne Angell/as

#### Autor: Susanne Angeli



ist Inhaberin von  
wallaby IT-Systems  
<http://wallaby.de>

Neben Ihrer Tätigkeit als Buchautorin bietet sie Beratung und Dienstleistung an für den erfolgreichen Einstieg in den Online-Handel.

#### Fazit

Die Vorteile vtiger liegen auf der Hand. Personalisierte Ansprache von Newsletter-Kunden und direkte Zuordnung von Mails zu Personen, Organisationen und Kampagnen. Recht überzeugt hat uns auch die Anbindung von Google Mail. Wer diese Hürde meistert hat es künftig einfacher. Bedenkt man obendrein noch, dass es sich bei vtiger CRM, um ein Open Source Projekt handelt, dann lässt sich klar feststellen, dies ist ein super Tool zum professionellen eMail-Marketing.

social software 2010  
münchen 23. - 25. november



Die Social Software Konferenz informiert Firmen hinsichtlich folgender Themen-Schwerpunkte:

- ◆ Chancen und Risiken beim Einsatz von Social Software für das Marketing
- ◆ Online Monitoring sowie Maßnahmen des Online Reputation Managements
- ◆ Text Mining Verfahren zur Textanalyse, sowie Potenziale semantischer Webcrawler

## Nicht der Preis allein zählt

Vertrauen und Fairness sind wichtige Komponenten bei der Kaufentscheidung

Immer mehr Online-Händler bieten ihren Kunden immer besseren Kundenservice. Es ist längst kein Geheimnis mehr, dass Internet-Shopper ihre Kaufentscheidung nicht allein vom Preis abhängig machen. Zunehmend entscheiden Serviceangebot und Vertrauenswürdigkeit des Händlers, ob ein Kunde seinen Warenkorb durch die Kasse schiebt und den Einkauf abschließt.

### Im Internet zahlt man am liebsten auf Rechnung

Damit die Kasse nicht zur Hürde wird, ist es wichtig, dass ein Internetshop eine Auswahl an gängigen Bezahlarten zur Verfügung stellt. Allerdings stellen die meisten üblichen Bezahlverfahren eine Art Vorkassenzahlung (Vorkasse, Lastschrift, Kreditkarte, sofortüberweisung.de, giro-pay, etc.) dar. Das ist natürlich aus Sicht eines Händlers gut, weil eine sichere Sache. Sein Kunde wünscht sich allerdings, dass er erst die Ware begutachten kann, bevor er zahlt, so wie wir es beim Einkaufen in der realen Welt gewohnt sind. In einem Warenhaus würden ja auch niemand am Eingang Geld oder Kontodaten abliefern, nur um ein paar Schuhe anschauen und anprobieren zu dürfen. So ist es nicht verwunderlich, dass Studien immer wieder belegen, dass die beliebteste Bezahlart im Internet aus Sicht des Käufers der Rechnungskauf ist, denn hier ist die Devise: erst die Ware, dann das Geld, wie im richtigen Leben.

### Faires Handeln im Internet – auch für Händler attraktiv

Bei Online-Händlern ist der Rechnungskauf meist alles andere als beliebt, denn er birgt ein hohes Risiko und ist mit viel Aufwand verbunden. Der Händler will den schwarzen Schafen unter den Online-Käufern natürlich nicht auf gut Glück Ware schicken. Am Ende ist er vielleicht der Dumme, der einen aufwendigen Mahnprozess durchführen muss und eventuell gar nicht an sein Geld kommt.

Dennoch bieten mehr und mehr Online-Händler ihren Kunden den Rechnungskauf an und beweisen so, dass sie ihren Kunden vertrauen und Wert auf Fairness in der Kundenbeziehung legen. Möglich macht das faire Handeln zwischen Händler und Käufer die paymorrow GmbH aus Karlsruhe, ein Unternehmen, das sich der Maxime „Faires Handeln im Internet“ verschrieben hat. paymorrow wickelt bereits seit mehr als einem Jahr im Internet für Online-Händler und Online-Käufer die Bezahlart "Rechnungskauf" komplett ab und sorgt so dafür, dass Händler und Käufer im Internet gleichermaßen fair und sicher miteinander handeln können. Essentiell ist dabei, dass die Transaktionen, die über paymorrow abgewickelt werden 100%ig garantiert sind. Spätestens nach 30 Tagen bekommt der Händler sein Geld von paymorrow.



### Das bietet der paymorrow-Rechnungskauf

Als technische Grundlage entwickelten die eCommerce-Spezialisten eine spezifische, internetbasierte Plattform, die sich aus Schnittstellen (Plugins), Webservices, Risikomanagement-, Debitorenmanagement- und Abrechnungssystemen zusammensetzt. Über diese Plattform mit Schnittstellen zu den gängigsten Shop- und Warenwirtschaftssystemen betreibt paymorrow eine bislang einmalige Kombination aus ePayment-Services und Kreditversicherungsleistungen, die für Online-Händler wie Online-Käufer viele Vorteile bietet:

Online-Händler erzielen höhere Konversionsraten, vollere Warenkörbe und dadurch signifikante Umsatzsteigerungen (nachweislich > 20%). Zusätzlich profitieren sie von zuverlässigem Cash Flow und der integrierten Zahlungsgarantie. Händler, die den paymorrow-Rechnungskauf nutzen, benötigen kein eigenes Debitorenmanagement und sparen somit hohe finanzielle und personelle Aufwendungen für die Abwicklung.

Online-Käufern steht durch paymorrow in immer mehr Internet-Shops ihre bevorzugte Zahlungsart zur Verfügung. Denn mit paymorrow kann praktisch jeder Online-Shop den Rechnungskauf anbieten. Käufer, die im Internet auf Rechnung einkaufen, müssen keine vertraulichen Daten eingeben, sie können die Ware in Ruhe begutachten ehe sie sie erwerben, ohne mit der Bezahlung in Vorleistung treten zu müssen.

paymorrow steht für kundennahen Service, transparente Preisstruktur sowie attraktive Konditionen. Bereits innerhalb des ersten Betriebsjahres haben mehr als 1.000 Händler unterschiedlicher Größe und Branchen sich dazu entschlossen, ihren Kunden den paymorrow-Rechnungskauf anzubieten.

Mehr Informationen zum paymorrow-Rechnungskauf finden Shopbetreiber unter [www.paymorrow.de](http://www.paymorrow.de).

*Martina Sauer*

Autorin: **Martina Sauer**



Mitglied der Geschäftsleitung

paymorrow GmbH

[www.paymorrow.de](http://www.paymorrow.de)



## Herbst-Aktion

### Magento Hosting

ab **9,99 EUR**  
inkl. 19 % USt. monatlich

Alle **Neukunden\*** erhalten  
**GRATIS** unser **Magento Buch**



\* solange Vorrat reicht

## Google Sitemaps für Shopbetreiber

### XML-Sitemap Formate für Suchmaschinen

Sitemaps informieren Suchmaschinen-Betreiber, wie Bing, Google und Yahoo!, über die Sitemaps Ihrer Homepage. Mit der Sitemap teilen Sie nicht nur mit, welche Seiten Ihr Webauftritt besitzt, sondern liefern für jede einzelne URL noch nützliche Metadaten mit. Solche Metadaten sind bspw. das Datum der letzten Aktualisierung, die Änderungshäufigkeit oder die Wichtigkeit der URL im Vergleich zu anderen URLs. Die Sitemaps lohnen sich nicht nur für URL's, es gibt inzwischen spezielle XML-Sitemaps für Bilder, Videos, News, Quellcode, Geo- und Mobile-Content.

Eine Sitemap ist eine nützliche Sache. Zumal Sie die gleiche Sitemap an alle großen Suchmaschinen-Anbieter übermitteln können. Denn alle Suchmaschinen richten sich an einen gemeinsam vereinbarten Sitemap <sup>1</sup> Standard. Durch das Erstellen und Einsenden einer XML-Sitemap stellen Sie sicher, dass Suchmaschinen alle Seiten auf Ihrer Website bekannt sind. Dies betrifft auch solche URL's, die beim Crawlen unentdeckt bleiben, weil die interne Verlinkung noch relativ schwach ausgeprägt ist oder es sich um eine neue Website handelt.

Die Vorgehensweise, zum XML-Sitemap erstellen und einreichen, gliedert sich in folgende Schritte:

1. Erstellen einer XML-Sitemap
2. Beachten der Richtlinien für Sitemaps
3. Validieren der erstellten Sitemap
4. Hochladen der Sitemap-Datei
5. Konfigurieren der Webmaster-Tools <sup>2</sup>

Das folgende XML-Beispiel zeigt eine einfache Sitemap, die nur eine einzige URL enthält. `<lastmod>`, `<changefreq>` und `<priority>` sind optionale Tags:

### XML-Sitemaps

Reichen Sie eine XML-Sitemap ein, damit helfen Sie Google Seiten auf Ihrer Website zu finden, die mit den üblichen Methoden alleine möglicherweise nicht gefunden werden.

Übermittelte URLs

**1.366**

1.187 URLs im Web-Index

[XML-Sitemap einreichen](#)

XML-Sitemap	Status	Typ	Heruntergeladen	URLs übermittelt	URLs im Web-Index
<input type="checkbox"/> <a href="#">forum/sitemap.xml</a>	✓	Index	24.09.2010	409	366
<input type="checkbox"/> <a href="#">news/sitemap.xml</a>	✓	Sitemap	25.09.2010	893	794
<input type="checkbox"/> <a href="#">service/sitemap.xml</a>	✓	Sitemap	24.09.2010	62	27

Abb. 1: XML-Sitemaps in Google Webmaster-Tools



```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/
schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://example.com/</loc>
    <lastmod>2005-01-01</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
</urlset>
```

Natürlich ist es nicht sinnvoll, solche Sitemaps manuell zu erstellen. Entweder nutzen Sie hierfür freie Tools (wie GsiteCrawler <sup>3</sup>, A1 Sitemap Generator <sup>4</sup>, etc.) oder die Webanwendung selber erstellt bereits eine Sitemap (wie WordPress Blog, Magento Shop, phpBB Forum, usw.).

Neben grundlegenden URL-Informationen ist es auch möglich XML-Sitemaps mit Detailangaben über bestimmte Content-Typen auszustatten. Dazu gehören:

**Produktvideos** <sup>5</sup>: .mpg, .mpeg, .mp4, .mov, .wmv, .asf, .avi, .ra, .ram, .rm oder .flv

**Produktbilder** <sup>6</sup>: .jpg, .gif, und .png (mit sinnvollem Alternativtext & Bildnamen)

#### Quellen/Linktipps:

- Sitemaps [sitemaps.org/de/](http://sitemaps.org/de/)
- Google Webmaster-Tools [google.com/webmasters/](http://google.com/webmasters/)
- GSiteCrawler [gsitecrawler.com/de/](http://gsitecrawler.com/de/)
- A1 Sitemap Generator [microsystemtools.com](http://microsystemtools.com)
- Video-Sitemap [google.com/support/](http://google.com/support/)
- Bilder-Sitemap [google.com/support/](http://google.com/support/)

#### Autor: Angeli Wolfgang



ist Buchautor von „Der Online Shop“ und „Magento“. Er bietet eCommerce-Beratung und SEO-Dienstleistung an.

Sein neues STARTUP-Unternehmen startet er unter <http://cleverup.de/>, wo er den Social Media Manager entwickelt.

**Mobiler Content**<sup>7</sup>: XHTML Mobile Profile (WAP 2.0), WML (WAP 1.2) oder CHTML (iMode)

**News-Sitemap**<sup>8</sup>: Nachrichtenartikel erscheinen bei Google News (Aufnahme bei Google beantragen und anmelden<sup>9</sup>)

**Software-Quellcode**<sup>10</sup>: Funktionsdefinitionen und Mustercode bei Google Codesuche

**Geo-Sitemap**<sup>11</sup>: Geografischer Content (KML oder GeoRSS) bei Google Maps

Zur Validierung von XML Dateien lohnt sich ein Blick auf den Markup Validation Service von W3C<sup>12</sup>. Für einen Test von ATOM, RSS und KML Dateien eignet sich der FEED Validator<sup>13</sup>.

#### Fazit

Die Vorteile einer XML-Sitemap liegen im Wesentlichen darin, dass Suchmaschinen schneller und aktueller alle Hyperlinks aufnehmen. Onlineshop-Betreiber mit hochwertigen Bildern oder Videos profitieren von zusätzlichem Traffic über Google Bildersuche und Google Video. Wer einen ordentlichen Blog betreut, kann mit Google News extra Seitenzugriffe generieren. Allerdings sind die Voraussetzungen relativ aufwändig. Insgesamt betrachtet sind XML-Sitemaps ein gutes SEO-Instrument, um Suchmaschinen den Zugriff auf Content, Bilder, Produkte und wichtige Daten zu erleichtern.

Wolfgang Kundler/wk

Üblicherweise laden Sie XML-Dateien auf den eigenen Webservice. Meistens verwendet man hierfür das root-Verzeichnis der Domain, z. B. <http://www.domain.tld/sitemap.xml>.

Nach dem Hochladen der Sitemap, melden Sie sich mit Ihrem Google-Konto in den Google Webmaster-Tools an und vergewissern Sie sich, dass Sie Ihre Website zum Konto hinzugefügt haben. Dort klicken Sie im Dashboard auf Website-Konfiguration gefolgt von XML-Sitemaps. Hier finden Sie den Button „XML-Sitemap einreichen“, wo Sie den Pfad zu Ihrer Sitemap eintragen und auf XML-Sitemap einreichen klicken. Ähnlich wie Google, bieten auch bing<sup>14</sup> und Yahoo!<sup>15</sup> vergleichbare Webmaster-Tools an.

#### Quellen/Linktipps:

Mobile-Sitemap

[google.com/support/](http://google.com/support/)

News-Sitemap

[google.com/support/](http://google.com/support/)

Aufnahme in Google News

[google.com/support/](http://google.com/support/)

Quellcode-Sitemap

[google.com/support/](http://google.com/support/)

Geo-Sitemap

[google.com/support/](http://google.com/support/)

XML Validator

[validator.w3.org](http://validator.w3.org)

Feed Validator

[feedvalidator.org](http://feedvalidator.org)

Bing Webmaster Tools

[bing.com/toolbox/](http://bing.com/toolbox/)

Yahoo! Site Explorer

[siteexplorer.search.yahoo.com/](http://siteexplorer.search.yahoo.com/)

## Startup sucht saustarke Kollegen



**JAVA Entwickler Senior** :: Teamleiter der Webtool-Entwicklung  
**JAVA Entwickler Junior** :: Mitarbeiter der Webtool-Entwicklung  
**Marketing Senior** :: Teamleitung und Aufbau eines Marketing-Teams

## cleverUP

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige **eMail-Bewerbung**. Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe dieser **Referenz-Nr. 55009**

**cleverUP Solutions**

z. Hd. Herr Angeli  
 Germanenstraße 6  
 86507 Kleinaitingen

Fon +49 8203 / 959764

Mail [job@cleverup.de](mailto:job@cleverup.de)

Detaillierte Informationen zu den Stellenangeboten finden Sie unter:

[cleverup.de/mitarbeiter/](http://cleverup.de/mitarbeiter/)

## Datensicherung ist Chefsache

Datenschutz, Datensicherung und Datenrettung

**Die Pflicht zur Datensicherung ist eine allgemeine Pflicht, für die jeder Geschäftsführer und Inhaber zuständig ist. Sie leitet sich ab aus dem § 91 Akt.2 AktG. Dieses Gesetz regelt die Pflichten, die die Führung von Aktiengesellschaften betreffen. Nach den allgemein geltenden Prinzipien, gelten diese für jegliche Unternehmensform, egal ob GmbH, Personengesellschaft, UG oder Einzelunternehmen. Demzufolge haftet die Führung eines Unternehmens also im Grundsatz immer nach den Grundsätzen, die für die Führung einer Aktiengesellschaft gelten.**

Den Wert einer regelmäßigen Datensicherung lernt man meist erst dann zu schätzen, wenn sensible und wichtige Daten verloren gegangen sind. Im Nachhinein ist es oft bedauerlich und kostspielig, da niemand im laufenden Geschäftsbetrieb an das Erstellen eines Backups denkt.

Die Gesetzeslage dazu ist eindeutig. Die Pflicht zur Datensicherung ergibt sich aus den gesetzlichen Vorschriften über eine ordnungsgemäße, nachvollziehbare, revisionssichere Buchführung (HGB). Bereits seit 2002 sind die Grundsätze zur langfristigen Datenarchivierung und Nachprüfbarkeit digitaler Datenbestände für Unternehmen verbindlich in der **Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen** (GDPdU<sup>1</sup>) geregelt.

Jedes Kleinunternehmen, jeder Onlineshop-Betreiber und auch jedes sonstige Unternehmen braucht eine Datensicherungsstrategie, bspw. in Form einer Richtlinie. In Unternehmen wird die Datensicherung gemäß einer Datensicherungsstrategie durchgeführt. In ihr ist festgelegt:

- ◆ **Wie** erfolgt die Datensicherung (Typ)
- ◆ **Wer** ist für die Datensicherung verantwortlich
- ◆ **Welches** Speichermedium kommt zum Einsatz
- ◆ **Welche** Daten gehören in die Datensicherung
- ◆ **Wann** führt man die Datensicherungen durch
- ◆ **Wo** bewahrt man die Datensicherung sicher auf
- ◆ **Wodurch** sichert man Backups vor Datenklau
- ◆ **Wie lange** sind Backups aufzubewahren
- ◆ **Wie oft** prüft man die Wiederherstellbarkeit

Die Sicherungsart unterscheidet drei Typen, die vollständige Sicherung am Wochenende, die inkrementelle oder differenzielle Sicherung verwendet man oft werktags. Der inkrementelle Typ sichert die Dateien, die seit der letzten vollständigen Sicherung geändert wurden oder seit der letzten inkrementellen Sicherung neu hinzukamen. Der differenzielle Sicherungstyp sichert die Dateien, die seit der letzten vollständigen Sicherung geändert wurden bzw. neu entstanden. Ist der Datenbestand gering ist auch täglich eine vollständige Datensicherung möglich.

Sobald Sie einen verantwortlichen Mitarbeiter festlegen, entscheidet dieser auf welchem Spei-

chermedium die Datensicherung erfolgt. Empfehlenswert ist auf jeden Fall eine Kombination aus redundanten Datenarchiven. Kurzfristige Daten, die Sie zur laufenden Arbeit benötigen, speichern Sie zusätzlich auf externen Festplatten oder externen Internetdienstleistern, z. B. Carbonite<sup>2</sup>, Strato HiDrive<sup>3</sup> oder Back2Web<sup>4</sup>. Längerfristige Daten, die Sie aus rechtlichen Gründen aufbewahren müssen, dürfen Sie auf CD's, DVD's, USB-Stick oder Bandlaufwerk abspeichern. Denken Sie daran, mehrere Versionen Ihrer Daten abzuspeichern.



Beachten Sie hierbei, dass Sie die Datenträger an verschiedenen Orten aufbewahren, nicht das durch einen Brand oder Wasserschaden alle Datensicherungen auf einmal verloren gehen. Sinnvoll sind bspw. Bankschließfächer oder spezielle feuergeschützte Tresore.

Bevor Sie sich an den Datensicherungsplan heranzuwagen, müssen Sie noch entscheiden, welche Daten in die Sicherung mit aufgenommen werden. Erst dann können Sie die Zeiten planen für die Durchführung der Datensicherungen. Denn abhängig von der Technik und der Menge legen Sie fest, welche Sicherungsart sich für Ihren Datenbestand am besten eignet. So ist es leichter abzuschätzen, wie lange die Datensicherung für einen Komplettdurchlauf benötigt bzw. wann Sie mit der Datensicherung starten.

Die fertigen Datenarchive bringen Sie dann unbedingt an einen anderen Ort. Bei sehr sensiblen Daten lohnt sich auch die Überlegung, ob man die Daten verschlüsselt speichert. Als Open Source Software bietet sich bspw. TrueCrypt<sup>5</sup> an. Schutz und Verschlüsselung für Unternehmensdaten bieten auch Sophos SafeGuard<sup>6</sup> (ab 240 US\$) oder cynapspro CryptionPro<sup>7</sup> an.

Jetzt müssen Sie sich nur noch darum kümmern, wie lange Sie die gesicherten Daten tatsächlich aufbewahren müssen. Ein regelmäßiger Test, ob sich die Daten wiederherstellen lassen, schadet in keinem Fall. Das schönste Backup nutzt nichts, wenn die Sicherung nicht funktioniert.



### Quellen/Linktipps:

GDPdU  
[wikipedia.org](http://wikipedia.org)

Carbonite  
[carbonite.com](http://carbonite.com)

Strato HiDrive  
[strato.de/hidrive/](http://strato.de/hidrive/)

Back2Web  
[back2web.de](http://back2web.de)

True Crypt  
[truecrypt.org](http://truecrypt.org)

Sophos SafeGuard  
[sophos.de](http://sophos.de)

Cynapspro CryptionPro  
[cynapspro.com](http://cynapspro.com)

### Fazit

Ein Daten-Gau kann jeden treffen, seien Sie deshalb vorbereitet auf alles. Ihre Website ist schneller weg als man denkt. Ein Webserver-Ausfall passiert öfters als Sie vermuten. Als verantwortlicher und seriöser Unternehmer und Geschäftsmann liegt es in Ihrer Hand, ob Sie Daten regelmäßig sichern oder nicht. Im schlimmsten Fall sind Sie als Chef persönlich haftbar gegenüber Kunden.

Wolfgang Kundler/wk

## Unser Buch-Tipp

Das Buch „[Wirkungsvolle Produkt-PR - Einblicke in die Welt der Fachpresse](#)“ von [Dietrich Homberg](#) und Nora Crocoll ...

Das Buch bietet in erster Linie Ratschläge zu Presstexten, die als Fachartikel oder Kurzmeldungen in Fachzeitschriften veröffentlicht werden. Online-PR wird auch angesprochen, jedoch nicht tiefergehend besprochen. Dennoch sind die Hilfen für Fachartikel auch für Online-PR gut einzusetzen. Wie sollte eine Kurzmeldung aussehen? Welcher Inhalt sollte nicht fehlen und in welcher Reihenfolge steht dieser? Der Autor ist selbst Redakteur und bringt dadurch vieles auf den Punkt, was einen Journalisten wirklich interessiert, bzw. auf welche Feinheiten man getrost verzichten kann. Somit landet die eigene Pressemeldung eher im Druck als im Papierkorb des Redakteurs. Gefehlt hat mir Social-Media-Marketing. Denn auch für Fachartikel in Zeitschriften muss heutzutage in sozialen Netzwerken geworben werden. Denke, hier ist noch viel Nachholbedarf und es wird sich in der nächsten Zeit dazu viel Neues ergeben.

### Gesamtfazit

„...Ich empfehle allen das Buch, die mit Pressemeldungen schon erste Erfahrungen sammeln konnten und jetzt diesen Part Ihres Unternehmens professioneller umsetzen möchten.“

*Susanne Angeli/as*



- ◆ Seitenumfang: 185 Seiten
- ◆ Verlag: Business Village
- ◆ Erscheinungstermin: 2010
- ◆ ISBN: 3869800141 (1. Aufl.)
- ◆ Preis: 29,80 EUR

### Gesamtwertung (4 von 6)



## Veranstaltungen September - Dezember

Mi. - Do.	15.09. - 16.09.	<a href="#">dmexco Conference</a>	Köln
Do. - Sa.	28.10. - 30.10.	<a href="#">Deutscher Versandhandelskongress</a>	Wiesbaden
Di. - Mi.	09.11. - 10.11.	<a href="#">Insight eCommerce</a>	Jena
Mi.	10.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	München
Do.	11.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	München
Mi.	17.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	Frankfurt
Do.	18.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	Düsseldorf
Di.	23.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	Hamburg
Di. - Do.	23.11 - 25.11.	<a href="#">Social Software Konferenz</a>	München
Mi.	24.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	Hamburg

Haben Sie einen Veranstaltungstermin für uns? Stammtisch, Kongress, Konferenz, Messe oder ähnliches im Bereich SEO, SEM oder eCommerce. Dann schreiben Sie uns eine Nachricht! Wir veröffentlichen Ihren Termin kostenlos in unserem [SEM-/SEO-Veranstaltungskalender](#) und publizieren in zusätzlich im PDF-Format des [Shopleiter-Magazins!](#)

## Impressum

### wallaby IT-Systems

Inhaber Susanne Angeli  
Germanenstraße 6  
86507 Kleinaitingen

Fon: +49 8203 / 95 97 64  
Fax: +49 8203 / 95 97 65  
Mail: [info@wallaby.de](mailto:info@wallaby.de)  
<http://wallaby.de>

**Wir zeigen wie es geht,  
damit Sie es verstehen!  
... für Ihren Erfolg!**

wallaby IT-Systems besteht seit 2004 und ist seit dem im eCommerce-Bereich tätig. Anfangs mit einem Onlineshop für Notebooks und Notebooktaschen waren die Gründer Susanne Angeli und Wolfgang Kundler hautnah mit am Start des eCommerce in Deutschland dabei. Aus dem großen Erfahrungsschatz entstand im Jahre 2005/2006 ihr erstes Buch „Der Online Shop – Handbuch für Existenzgründer“, mit dem Sie Einsteigern Ihr Wissen über den Onlinehandel weitergeben. Sie teilen nicht nur Informationen über Neuigkeiten aus dem eCommerce-Markt mit, sondern stehen mit Rat und Tat Existenzgründern aus dem Onlinehandel zur Seite. Somit entstand der Dienstleistungssektor für Shopbetreiber von wallaby IT-Systems. Vom geeigneten Shophosting über Beratung, Installation und Konfiguration zu Shopsystemen bis hin zu [SEO-Beratung](#) und Onlinemarketing bieten Sie eine breite Palette für jeden Shopeinsteiger.