

lynette

aktiv. nordisch. digital.

THEMEN

Top-Thema: Raumschiff Enterprise für jedermann
Neue Chancen durch das Internet der Dinge

IT-Trends: Digitale Transformation im Recruiting
Online-Jobbörsen stehen unter Druck

LYNET Intern: INTERACTDAY 2016
Mission: Online-Marketing!

Angetestet: HP EliteBook Folio
Das eleganteste und leichteste Notebook

Mittelstand: So lösen Sie den IT-Fachkräftemangel
Verlagerung des Problems auf den Dienstleister!

Always-On Enterprise: Gesichert ist sicher
Veeam Availability Suite v9

Kunden vorgestellt: Die Thomas Mann-Gesellschaft
Zum Gedenken an einen Lübecker Nobelpreisträger

E-Business: Kalkulierbar – LYNET Shop Hosting
Der schnellste Weg zum eigenen Online-Shop

EDITORIAL

Das Internet steckt in der Krise

Das Internet hat in knapp 25 Jahren vieles in unserem Leben verändert. Allerdings scheint es, als nehmen nach Jahren fröhlicher Wachstumsraten auch Stimmen zu, die einen Einblick in den digitalen Stress geben. Zum einen persönlich in Form kommunikativer Überreizung, für Organisationen als Angst vor der Meinungs-Lawine im Netz aber auch für Unternehmen, weil es immer schwerer wird herauszufinden, was man nun tun oder lassen sollte. Mal ehrlich: Soziale Medien sind zwar spannend, haben aber das Soziale sicherlich kaum gestärkt. Immer mehr Sensationen in immer kürzerer Zeit prasseln auf uns ein. Damit stirbt die gesunde Distanz und die Achtsamkeit wird einer sensationslustigen Oberflächlichkeit geopfert. Die Folge sind Überforderung und ein Verlust an Souveränität. Vielleicht wird es Zeit für einen anderen Umgang mit den Medien. Das ließe aus dem digitalen Stress eine neue Achtsamkeit entstehen.

Für das lynette Redaktionsteam



TOP-THEMA

Raumschiff Enterprise für jedermann

Neue Chancen durch das Internet der Dinge

Aus den Geschichtsbüchern kennen die meisten von uns „disruptive“ Veränderungen in der Wirtschaft wie etwa durch die Mechanisierung oder die Elektrifizierung. Auch die Informatisierung hat mit dem Siegeszug der EDV unser gesamtes Leben verändert. Aktuell sind wir mittendrin in der vierten industriellen Revolution: der Digitalisierung der physischen Welt oder dem sogenannten Internet of Things (IoT). Nach einer Prognose des Marktforschungsunternehmens Gartner werden in diesem Jahr bereits 6,4 Milliarden „Dinge“ weltweit untereinander vernetzt sein.

Diese Zahl soll bis 2020 noch einmal auf rund 21 Milliarden steigen. Dabei entfallen jeweils die Hälfte des Umsatzes von drei Billionen Dollar auf Endkunden und Geschäftskunden. Auch wenn das Ganze etwas nach Science Fiction klingt, verbergen sich ernsthafte wirtschaftliche Vorteile dahinter. Mit zunehmender Miniaturisierung und der Entwicklung neuer Sensoren sowie deutlich niedrigeren Preisen sollen neben Komfortgewinn Steigerungen in der Produktivität und vor allem Qualität, aber auch eine merkliche Verringerung der Kosten erreicht werden. ►



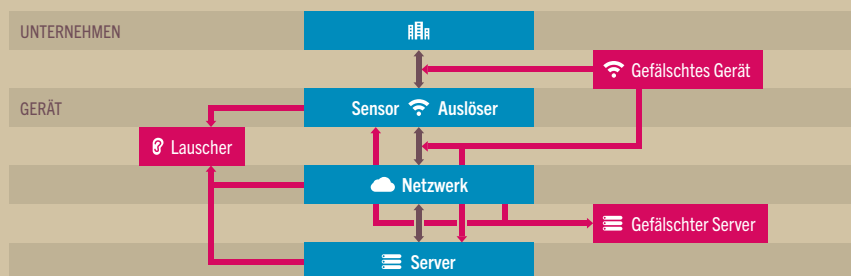
► Bei derart umstürzenden Veränderungen zeigt der Blick in die Vergangenheit, dass es neben Gewinnern auch Verlierer gibt, die häufig ganz vom Markt verschwinden. Wer jedoch in der Lage ist, die sich bietenden Chancen zu nutzen, kann den neuen Anforderungen auch standhalten. Um hier zu partizipieren stehen unzählige Dienstleister bereit, die eine Vielzahl von Produkten und Leistungen anpreisen. Dabei wird häufig alles, was es an Innovationen gibt, auf das Schlagwort „Digitale Transformation“ bezogen, auch wenn manches nur am Rande damit zu tun hat. Vielfältige Produkte lassen sich mit dem Internet der Dinge vernetzen und glaubt man den Versprechen der Anbieter, löst dies quasi beliebige Probleme ohne besonders großen Aufwand. Gerne wird jedoch verschwiegen, dass der Schwerpunkt des Internets der Dinge eigentlich die Veränderung der Prozesse hin zur Digitalisierung ist, also nicht hauptsächlich die genutzte Technologie. Es reicht demnach keinesfalls, bunte Geräte und Sensoren ins Netzwerk zu stellen, sondern die weitreichende Umgestaltung aller Prozesse ist stets eine Voraussetzung.

Aus diesen neuen Chancen ergeben sich hohe Anforderungen an die Datensicherheit. Und das nicht nur am Rande, sondern als wesentlicher Bestandteil der gesamten Umsetzung. Waren früher Produktionsnetze physikalisch getrennt vom normalen Office-Netz, so dass von außen niemand auf die Geräte zugreifen konnte, so ist dies bei der neuen Architektur meist nicht mehr möglich. Es werden also zum einen die Produktionsnetze geöffnet und zum anderen viele neue Elemente aufgestellt, die für sich wieder in großer Zahl Sicherheitslücken mit sich bringen. Da ist weitreichendes Umdenken angesagt.

Denn die Risiken steigen: So entpuppt sich manche „intelligente“ elektronische Türklingel schon außerhalb der Gebäudemauern als Zugang zum Netz und mit Pech zu den Systemen des Unternehmens. Die Erreichbarkeit über das Internet ist fast immer gegeben. Viele Sensoren speichern ihre Daten sogar permanent auf Cloud-Plattformen ab. Netzwerksicherheit reicht da nicht aus, sie muss vermehrt auf Anwendungsebene stattfinden.

Schon beim Design der vernetzten „Dinge“ und der darauf laufenden Anwendungen sollte die Sicherheit an oberster Stelle stehen. Vor allem der Prozess der Überwachung und des Einspiels von Sicherheitspatches muss gewährleistet sein. Und das kann schnell lästig werden oder es ist bei vielen Geräten nachträglich geradezu unmöglich. Daher muss bereits bei der Auswahl und Implementierung von IoT-Geräten die Sicherheit im Vordergrund stehen.

Sicherheitsrisiken für IoT



Ein gefälschtes Gerät, das falsche Messdaten injiziert, kann beispielsweise die Kontrollprozesse stören und so unpassende oder gefährliche Reaktionen verursachen oder zum Verstecken physischer Angriffe verwendet werden.

Quelle: Infineon Technologies

Konkret bedeutet dies, dass auch ohne durch Firewalls geschützte Umgebungen ein sicherer Betrieb gewährleistet sein muss. Das erfordert starke Verschlüsselung, ein stringentes Identitäts- und Zugriffsmanagement, aber auch insgesamt die Minimierung von Angriffsflächen durch Härtung des Systems. Unnötige Funktionen sollte man zumindest deaktivieren oder gleich ganz darauf verzichten.

Spannend bleibt es allemal, zudem übergreifende Standards noch in weiter Ferne sind. Noch gibt es ein buntes Durcheinander von Protokollen und Architekturen, was wiederum dazu führt, dass auch im Internet der Dinge kommunikative Insellandschaften vorherrschen. Um es mit Mr. Spocks Worten zu sagen: „Tja, Ideen habe ich schon. Aber mit der Durchführung hapert es im Moment.“

Digitale Transformation im Recruiting Online-Jobbörsen stehen unter Druck

Noch vor 20 Jahren umfasste der Wochenend-Stellenmarkt einer großen deutschen Tageszeitung 200 Seiten und war eine von drei Säulen der Umsätze der Zeitung. Heute sind es nur noch vier Seiten, stattdessen läuft hohes Volumen über die Stellenportale. Noch, denn auch diese werden zum Auslaufmodell.

Auch Bereiche, in denen der technologische Fortschritt bereits zu umwälzenden Veränderungen geführt hat, sind nicht vor erneuter Erosion durch digitale Medien geschützt. Mit zunehmendem Fachkräftemangel hat sich der Aufwand für die Akquisition von Personal deutlich erhöht. Auch online kosten Stellenanzeigen viel Geld. Und häufig findet sich nicht einmal ein geeigneter Bewerber. Was so manches einstige Internet-Startup gerne ignoriert: Veränderungsprozesse können viel stärker und intensiver ausfallen, als dies früher in klassischen Medien der Fall war. Für Jobbörsen dürfte es vermutlich schwer werden.

Denn in diesem Werbemarkt ist der digitale Wandel schon wieder voll im Gange. Grund dafür ist das deutlich veränderte Mediennutzerverhalten der jüngeren Nutzer. Nicht mehr Portale, sondern Suchmaschinen werden als Einstieg ins Internet genutzt. Und da wird einfach begrifflich gesucht und entsprechend verfeinert. Häufig landen die Interessenten dann direkt auf den Websites der Unternehmen und nicht auf den Werbeseiten in den Online-Jobbörsen. Auf den eigenen Seiten hat das Unternehmen auch viel bessere Möglichkeiten, sich bunt, interessant und mit emotionalen Informationen darzustellen.

Die dem klassischen Stellenanzeigen-Modell entnommene Online-Anzeige hingegen ist platzmäßig begrenzt und meist relativ eindimensional. Zudem steht der Anbieter in einer Reihe anderer Anbieter, so dass die Differenzierung deutlich schwerer ist. Das Unternehmen will ja nicht irgendeinen Kandidaten finden, sondern seine eigenen Vorzüge im Vergleich zum Wettbewerb multimedial schmackhaft machen. Dazu gehören heute sehr verschiedene Maßnahmen, um die „Marke“ des Arbeitgebers authentisch und attraktiv zugleich darzustellen und den Kontakt unmittelbar herzustellen. ►

► Welche Strategie sollten Unternehmen nun aus diesen Veränderungen ableiten? Je intensiver um Nachwuchs geworben werden muss, umso mehr muss sich jedes Unternehmen bemühen, das ist klar. Da läuft es automatisch darauf hinaus, das Unternehmen auch in seiner Vielfalt darstellen zu können, denn für jeden Bewerber gelten andere Kriterien, von denen seine Bereitschaft, in ein Unternehmen zu wechseln, abhängt.

Nach der unangefochtenen Dominanz der Online-Stellenbörsen in den vergangenen 15 Jahren, die ja letztendlich dafür gesorgt haben, dass die etablierten Printstellenmärkte vom Thron gestoßen wurden, übernehmen dies jetzt spezialisierte Suchmaschinen wie Indeed oder Kimeta. Spätestens sobald Google anfängt, auch Stellenangebote inhaltlich zu erfassen und entsprechend aufzubereiten, wird es eng für die Portale.



Mit der Dominanz von Suchmaschinen muss dann auch die Strategie überarbeitet werden, wie die Zahl der Besucher erhöht werden kann. In der Konsequenz muss sich auch die Personalabteilung mit SEO und zusätzlicher Suchmaschinenwerbung (SEA) auseinandersetzen. Je sichtbarer ein Unternehmen ist, desto mehr Bewerber werden auf das Stellenangebot aufmerksam.

Personalmarketing-Verantwortliche tun also gut daran, sich rechtzeitig mit Textanzeigen auf Google und Co. auseinanderzusetzen. Es ist ja durchaus eine Herausforderung, das Besondere eines Unternehmens oder einer zu besetzenden Stelle in 130 Zeichen inklusive Titel und Webadresse so auszudrücken, dass der Bewerber klickt! Und das ist ja das Zwischenziel.

FRÜHER: JOBBÖRSEN

- » Strukturierte Suche in Portalen
- » Übertragung der Printstellenmärkte auf das Internet
- » Nur wenig Unterscheidungsmöglichkeiten in der Auflistung
- » Hohe Anzeigekosten in den Stellenportalen

HEUTE: SUCHMASCHINEN

- » Suche nach Begriffskombinationen
- » Anschließende Eingrenzung
- » Weniger systematische Vorgehensweise
- » Ausführlichere Auseinandersetzung mit der Karriereseite des Unternehmens



INTERACTDAY 2016

Mission: Online-Marketing!

Nach der Fertigstellung der eigenen Website geht die Arbeit erst richtig los. Um als Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich zu sein und zu bleiben, reicht die bloße Präsenz im Internet nicht mehr aus.

Wir bieten die Möglichkeit sich einen Tag lang mit dem spannenden Thema Online-Marketing zu beschäftigen. Mit einem strategisch gut geplanten Online-Marketing kann man nicht nur das Firmenimage aufpolieren, sondern gleichzeitig auch den Umsatz und somit den Erfolg des Betriebes steigern. Webseiten haben sich zum zentralen Kommunikationsmittel im Online-Marketing entwickelt. Sie bieten im Vergleich zur klassischen Werbung die Möglichkeit, die eigene Zielgruppe direkt ohne Streuverluste anzusprechen und mit ihr zu interagieren. Außerdem gibt es diverse Methoden zur Webanalyse. Nur welche Methoden sind für meine Firma geeignet und wie werden sie am besten eingesetzt?

Leider verschenken viele Unternehmen Potenzial in Bezug auf Image-, Umsatz- und Erfolgssteigerung aufgrund nicht oder nur unzureichend geplanten Online-Marketings. Dieses Wissen bietet schließlich entscheidende Vorteile gegenüber den Wettbewerbern und eröffnet darüber hinaus neue Marktchancen. Mit unserem interaktiven Workshop am 26.05.2016 möchten wir allen Teilnehmern die Möglichkeit geben, sich mit uns über die Leistungssteigerung des eigenen Internet-auftritts auszutauschen.

Wir richten uns an alle Kunden, die sich einen Überblick über die aktuellen Online-Marketing-Werbemöglichkeiten verschaffen möchten. Dafür erhalten die Teilnehmer Einblicke in die spannenden Themen Suchmaschinen-Marketing, Content Marketing und den Einsatz von sozialen Medien. Außerdem werden auch praktische Tipps rund um die Auswertung des Datenverkehrs von Webseiten gegeben. Dieser Workshop ist ideal für alle, die bereits eine gut funktionierende Webseite besitzen.

Im letzten Jahr waren alle Teilnehmer unseres Workshops mit viel Freude bei der Sache! Das wollen wir in diesem Jahr fortführen. Als Astronauten begeben wir uns gemeinsam auf eine Mission, die durch die unendlichen Weiten des Online-Marketing-Universums führt. Es erwarten Sie aufregende und lehrreiche Stunden. Die erfolgreichste Mission wird außerdem mit tollen Preisen belohnt.

Teilnehmen darf wie immer jeder, der möchte. Je Unternehmen können wir gegebenenfalls nur einen Platz zur Verfügung stellen. Allerdings sind die Plätze begrenzt und es lohnt sich schnell zu sein. Der Countdown läuft – melden Sie sich jetzt direkt über interactive@lynet.de an. Wir freuen uns gemeinsam mit Ihnen abzuheben und einen raketenmäßigen Tag zu erleben!

INTERACT DAY 16

26. MAI
2016
AB 10 UHR

INTERACTIVE WORKSHOP

MISSION: ONLINE MARKETING!



ANGETESTET

HP EliteBook Folio

Das eleganteste und leichteste Notebook

Hewlett-Packard ist ein Name, der schon lange nicht mehr aus der Welt der Notebooks wegzudenken ist. Mit seinem neuesten Notebook beweist HP wieder einmal, dass solide Modernität eine seiner größten Stärken ist.

In der modernen Business-Welt ist längst nicht mehr nur die Leistung eines Notebooks der alles entscheidende Faktor. Auch das „Look-and-Feel“ muss überzeugen können. Mit dem Elitebook Folio präsentiert HP sein bisher elegantestes Notebook der Business-Klasse. Mit weniger als 1,7 cm Dicke und einem Gewicht von noch nicht einmal 1 kg kann das Elitebook Folio sogar das bekannte MacBook Air von Apple hinter sich zurücklassen und sichert sich seinen Platz als weltweit dünnstes Business-Notebook. Das Gehäuse aus diamantgeschliffenem Aluminium sorgt für Stabilität und einen edlen Stil.

Ein 12 Zoll 4K-UHD-Display sorgt für perfekte Bildqualität und kann für Konferenzen um bis zu 180° weit aufgeklappt werden. Seine Rechenleistung erhält das Notebook über einen Intel Core M Prozessor der neuesten Generation, welcher ohne Lüfter auskommt und somit vollkommen lautlos arbeitet. Bei einer Akkulaufzeit von 7-8 Stunden kann das Notebook auch unterwegs problemlos für alle Arbeiten genutzt werden. HP hat das Gerät außerdem mit Maßnahmen für eine sichere Integration in Unternehmensnetzwerke bedacht. Hat das Elitebook Folio Ihr Interesse geweckt? Dann kontaktieren Sie uns.

Gerne versorgen wir Sie mit weiteren Informationen über HPs Business Notebooks.

Sie erreichen uns unter 0451/6131-310 bzw. 040/65738-310 oder per E-Mail an sales@lynet.de.





MITTELSTAND

So lösen Sie den IT-Fachkräftemangel Verlagerung des Problems auf den Dienstleister!

Das Recruiting von IT-Fachkräften zählt zu den großen Problemen im Zeitalter digitaler Transformation. Viele Unternehmen lösen dies inzwischen, indem sie zunehmend Prozesse an IT-Serviceprovider auslagern. Das ist zwar mit Kosten verbunden, sichert aber Qualität und Verfügbarkeit.

In den vergangenen Jahrzehnten haben Komplexität der IT-Landschaft sowie die Anforderungen an die EDV stetig zugenommen. Meist sind die Budgets nicht gleichermaßen mit den Anforderungen mitgewachsen. Im Ergebnis findet sich in vielen Unternehmen eine sehr heterogene Infrastruktur verbunden mit einem Investitionsstau. Da IT-Mitarbeiter üblicherweise nur ungern dokumentieren, besteht darüber hinaus eine große Bindung an einzelne Personen. Wenn nun Mitarbeiter ausscheiden, wird es spannend! Zum einen ist es schwer, überhaupt jemanden zu finden, der die Voraussetzungen erfüllt, zum anderen hat dieser dann die Aufgabe, sich durch die Vielfalt der gewachsenen Strukturen hindurch zu kämpfen.

Eine Möglichkeit der Lösung dieses Problems besteht darin, den Fachkräftemangel „einfach“ an einen Dienstleister weiterzureichen. Neudeutsch umschreibt man dies als Auswahl einer geeigneten IT-Sourcing Strategie. Dazu werden Arbeitspakete auf den Dienstleister verlagert und man ist die Sorge los. Damit werden zwar eventuell Kompetenzen im Unternehmen abgebaut und je nach bisherigem Auslastungsgrad kann dies mehr kosten als zuvor. Andererseits überträgt das Unternehmen damit die Personalsuche, die meist nach dem Trial-and-Error Prinzip funktioniert, auf den Dienstleister. Und meist kommt der Dienstleister mit der Vielfalt der Anforderungen besser klar als ein frisch eingestellter Bewerber.

Eine andere Möglichkeit wird häufig in der Verlagerung in die Cloud gesucht. Das löst aber meist nur einen Bruchteil der bestehenden Anforderungen: Der technische Regelbetrieb ist ja nicht das Problem, sondern mangelnde Ressourcen für Maintenance, Störfallbeseitigung und die stetige Weiterentwicklung. Und durch eine Migration auf fremde Hardware erhöht sich dieser Ressourcenbedarf noch zusätzlich. Gerade bei mittelständischen Infrastrukturen sind diese in der stark standardisierten Cloud in der Summe deutlich teurer! Der lokale „IT-Dienstleister auf Augenhöhe“ dagegen bringt klare Vorteile: Es kann erreicht werden, zu akzeptablen Kosten die fehlende interne Manpower aufzufangen und sinnvoll zu ergänzen.

VEEAM
IT JUST WORKS!™



ALWAYS-ON ENTERPRISE

Gesichert ist sicher – Veeam Availability Suite v9

Der Marktführer in den Bereichen Backup und Replication ergänzt mit der neuesten Version der bewährten Availability Suite seine Backuplösungen um mehrere essentielle Features. Verbesserungen können in allen Bereichen gefunden werden, aber ein besonderer Fokus sollte hierbei auf die Sparte der Bandsicherung gerichtet werden. Veeam hat einen neuen Global Media Pool eingeführt, welcher Bänder aus separaten Tape Libraries in einen einzigen Medienpool zusammenführt, wodurch nicht nur die Verwaltung mehrerer Libraries erleichtert wird, sondern auch ein automatisches Failover auf andere Bibliotheken ermöglicht wird. Ihr Tape-Backup wird dadurch noch zuverlässiger.

Zudem kann mit Veeam nun auch das bekannte Großvater-Vater-Sohn Prinzip verwendet werden. Die Frequenz eines jeden Backup-Zyklus lässt sich genauestens regulieren, ganz nach den Anforderungen der Nutzer. Zur Reduzierung der Komplexität bei Tape Jobs wurde ein neues Verfahren zur Parallelverarbeitung mit Hilfe von unterschiedlichen Treibern entwickelt. Jobs können mit dieser Technik mehrere Tapes gleichzeitig zur Sicherung verwenden, ohne einen weiteren Medienpool für das parallele Backup einrichten zu müssen. Veeam ist zusätzlich auch bereits für den neuen LTO7-Tape Standard ausgelegt. Nutzen auch Sie jetzt alle Vorteile von Veeam – wir helfen Ihnen gerne bei der Einrichtung.



KUNDEN VORGESTELLT

Die Thomas Mann-Gesellschaft

Zum Gedenken an einen Lübecker Nobelpreisträger

Wenn es einen Ort gibt, der mit der Familie Mann verbunden wird, dann das weltweit bekannte Buddenbrookhaus an der Lübecker Mengstraße. Das heutige Museum ist auch Sitz der Thomas Mann-Gesellschaft.

Am 6. Juni 1965, dem 90. Geburtstag Thomas Manns, wurde die „Thomas Mann-Gesellschaft in Lübeck“ ins Leben gerufen. Im Vordergrund steht der wissenschaftliche Austausch über Thomas Mann und sein Werk ebenso wie der Dialog zwischen Wissenschaft und der interessierten Leserschaft. Seit 1984 gibt es die von der Gesellschaft initiierten „Thomas Mann-Jahresversammlungen“ und seit Mitte der 90er Jahre ist ein weiteres Ziel, speziell junge Wissenschaftler durch die Prämierung ihrer Doktorarbeiten zu fördern und anzuspornen. Eine stetig wachsende Mitgliederzahl und damit entsprechend steigende Medienpräsenz sorgte für ein breites öffentliches Interesse außerhalb der Fachwelt. Die Thomas Mann-Gesellschaft avancierte zu einer der ersten Adressen der literarischen Öffentlichkeit und ist inzwischen auf über 1.000 Mitglieder angewachsen.

Es gibt Tagungen zum Verhältnis von Thomas Mann und den Medien, zur bildenden Kunst und zum Mittelalter. Die Referenten der Tagungen arbeiten die Themen fächerübergreifend auf. Da Thomas Mann ein Autor war, für den sich ein großes Publikum mit unterschiedlichsten Interessen begeisterte, ist es auch wichtig, die eigene Medienpräsenz zeitgemäß zu gestalten. Die Gesellschaft legt deshalb Wert auf einen Webauftritt in aktuellem Design. Interessierte werden hier nun im Responsive Design über die Aktivitäten informiert. Umgesetzt mit unserem LYNET CMS wird der Newsletter Versand zum Kinderspiel: „Mit diesem Newsletter-Tool können wir schnell und unkompliziert unsere Unterstützer und Freunde erreichen. Die Pflege und der Versand gestalten sich unkompliziert und schnell!“, freut sich Cornelia Nicolai, Referentin der Thomas Mann-Gesellschaft.



E-BUSINESS

Kalkulierbar – LYNET Shop Hosting

Der schnellste Weg zum eigenen Online-Shop

Die eigenen Produkte im Web verkaufen zu können, ist ein wichtiger Schritt zur digitalen Transformation von Unternehmen. Mit unserem LYNET Shop Hosting ist der Einstieg zu überschaubaren Konditionen möglich.

Mit immer intensiverem Wettbewerb wird es zunehmend schwer, beim Kunden relevant zu bleiben. Ein Online-Shop erhöht die Verfügbarkeit und ermöglicht es stationären Kunden, den Besuch schon von zu Hause aus vorzubereiten. Allerdings war bislang die Konzipierung und Umsetzung eines Online-Shops mit hohen und vor allem nur schwer kalkulierbaren Kosten verbunden.

Das LYNET Shop Hosting bietet eine kostengünstige und einfache Lösung, um sowohl kleinen als auch größeren Unternehmen den direkten Verkauf ihrer Produkte über das Internet zu gewähren. Drei Pakete in verschiedenen Ausbaustufen ermöglichen die genaue Planung des Budgets und sorgen darüber hinaus für einen schnellen Start in die Umsetzung und den Betrieb.

Unsere Pakete beinhalten die vollständige Installation und Standardkonfiguration des Online-Shops inklusive der Registrierung von notwendigen Domains und der Einrichtung eines SSL-Zertifikates. Selbst die Betriebskosten für 1 Jahr sind bereits in jedem Paket mit enthalten.

Bis zu 50 Produkte in 20 Kategorien werden je nach Bundle bereits von uns in den Shop integriert. Sie können den Shop natürlich jederzeit selbstständig um zusätzliche Produkte erweitern. Damit Sie den Shop nach der Fertigstellung auch ohne Probleme nutzen können, bietet Ihnen LYNET einen umfassenden Support per Telefon und die Möglichkeit einer individuellen Schulung für eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema. Sichern Sie sich jetzt Ihren eigenen Online-Shop – ab gerade einmal € 3.990,-.