

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.



Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.

**Neue TLDs unter der Lupe:
Experten zu den Chancen, Risiken und Nebenwirkungen
der beantragten Internetendungen**

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.



Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.

Inhalt

Stand der Dinge	1
Bayern Connect GmbH	6
dotBERLIN GmbH	9
dotSaarland e.V.	11
EPAG Domainservices GmbH	12
EURid	14
Host Europe Group	15
Hostserver GmbH	16
Key Systems GmbH	19
Knipp Medien und Kommunikation GmbH	23
Minds + Machines GmbH	26
NetCologne GmbH	30
NetNames GmbH	32
registry.net	36
Sedo GmbH	38
United Domains	42
Prof. Wolfgang Kleinwächter	45

Stand der Dinge

Alia iacta sunt: Für die erste Bewerbungsrunde im Rahmen des New gTLD Programms von ICANN steht nun fest, wer sich um welche Endungen beworben hat. Bei der Pressekonferenz in London, anlässlich derer die Liste der beantragten „Strings“ veröffentlicht wurde, sprach ICANN-Präsident und CEO Rod Beckstrom von einem historischen Ereignis. In der Tat dürfte die Tatsache, dass sich die Anzahl der verfügbaren TLDs in den nächsten Jahren vervielfachen wird, sich erheblich darauf auswirken, wie Informationen und Dienste im Internet gesucht und gefunden werden. Was verbirgt sich aber hinter den 1930 Bewerbungen?

Wir haben Experten aus der Branche dazu befragt, wer aus ihrer Sicht die Gewinner und Verlierer bei den neuen TLDs sein werden und gebeten zu erklären, was eine gute TLD ausmacht und wie sich das Gesicht des Internet durch die massive Öffnung des Namensraums verändern wird.

Lesen Sie auf den folgenden Seiten die Analysen von Fachleuten aus unterschiedlichen Marktsegmenten, nämlich Bewerber, Registrare, Domainhändler und -Vermarkter, Berater und technische Dienstleister sowie aus der Wissenschaft. Vorab jedoch:

Fakten zum Status und weiteren Vorgehen

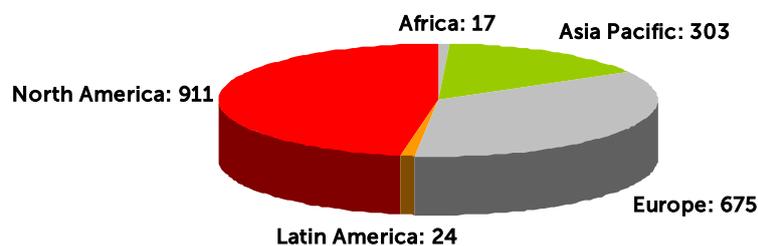
Wir wissen, dass 230 Endungen von mehr als einem Bewerber beantragt wurden und auf diese Mehrfachbewerbungen 751 Anträge entfallen. Die begehrtesten TLDs sind:

.app – 13	.art – 10	.design – 8	.love – 7	.news – 7
.home – 11	.blog – 9	cloud – 7	.ltd – 7	.store – 7
.inc – 11	.book – 9	.hotel – 7	.mail – 7	.web – 7

Wenig verwunderlich ist, dass die am stärksten umworbenen Begriffe generischer Natur sind. Zulässig ist sicherlich die Schlussfolgerung, dass bei den vorstehenden Begriffen besonders hohe Domainregistrierungszahlen erwartet werden. Spannend ist, dass fast doppelt so viele Bewerbungen für .app

eingegangen sind wie für .web. Ist damit der Abgesang auf klassische Webseiten eingeläutet? Wahrscheinlich nicht. Deutlich wird dadurch aber, dass die Anbieter dem Trend folgen, dass mehr und mehr Angebote in Apps erfolgen und Unternehmen in geschlossenen Systemen statt über Webseiten auf ihre Angebote aufmerksam machen möchten. Schon jetzt sehen Nutzer, die über mobile Endgeräte Webseiten per Browser öffnen möchten, nicht selten den Hinweis, dass sie das Angebot auch über die passende App erreichen können. Die Domain zur App könnte die Relevanz von Apps weiter steigern.

Wir wissen auch, wo die Bewerber ihren Sitz haben:



Diese regionale Verteilung dürfte sich zunächst mit dem decken, was viele Beobachter erwartet haben. Wenn man allerdings zusätzlich in Betracht zieht, dass einige Portfolio-Applikanten, also Bewerber um eine größere Anzahl von TLDs, die eigentlich eher den USA zuzuordnen sind, ihre Bewerbungen über europäische Unternehmen eingereicht haben, wäre das Bild noch stärker Richtung Nordamerika zu korrigieren.

Zudem hat ICANN eine mehrere Monate andauernde globale Informationskampagne durchgeführt, um Interessenten aus allen Regionen der Welt die Möglichkeit zur Teilnahme zu ermöglichen und eigens dafür ein Programm aufgesetzt, nach dem „needy applicants“ in den Genuss verschiedener Unterstützungsleistungen und eine geringere Bewerbungsgebühr kommen können. Gepaart mit der

nun bekannt gewordenen geografischen Verteilung lässt die Tatsache, dass gerade einmal drei Bewerber Unterstützungen in Anspruch genommen haben, Zweifel daran aufkommen, ob alles (richtig) gemacht wurde, um die Einführung neuer TLDs tatsächlich so auszugestalten, dass weltweit Initiativen und Unternehmen sich ein Stück digitalen Neulands sichern können. Zumindest in dieser Bewerbungsrunde dürfte eher der Vorsprung der derzeit schon den Markt dominierenden Regionen ausgebaut werden.

Wir kennen die Anzahl an IDNs:

Internationalized Domain Names sind TLDs in anderen als ASCII-Zeichensätzen. Von den 116 Bewerbungen ist der überwiegende Teil in Chinesisch, gefolgt von Arabisch und Japanisch. Erfreulich ist, dass damit Internetnutzern mehr Möglichkeiten eröffnet werden, in ihren Sprachen zu kommunizieren.

Wir wissen, wer sich für was mit welchem Ziel beworben hat:

ICANN hat nicht nur die beantragten TLDs, sondern auch die Bewerber und Teile der gesamten Bewerbungsunterlagen veröffentlicht. Die von den Bewerbern insgesamt zu beantwortenden 50 Fragen teilten sich in öffentliche und nicht öffentliche Teile (letztere beispielsweise zu finanziellen Aspekten). Ein Blick in die Bewerbungsunterlagen ist über die Webseite von ICANN (www.icann.org) möglich. Aufschlussreich ist jeweils der Inhalt der Frage 18, mit der „Mission and Purpose“ der TLD abgefragt werden.

Geografische TLDs möchten Bewohnern bestimmter Regionen oder Städte die Möglichkeit geben, ihre Affinität zum Ort per Domain zum Ausdruck zu bringen. Communities geben nur Mitgliedern der betreffenden Community eine Domain. Markeninhaber möchten ihr Unternehmen darstellen und von neuen Möglichkeiten der Werbung und Kundenbindung profitieren. Dazu kommen Betreiber generischer Begriffe, die erwarten, dass Privatpersonen und Unternehmen „ihre“ Wunschdomain registrieren. Besonders interessant ist nun aber die Erkenntnis, dass einige Markeninhaber gerade nicht nur ihren Unternehmensnamen als TLD beantragt haben, sondern auch generische Begriffe und

– mehr noch – diese generischen Begriffe exklusiv für ihre eigenen Angebote nutzen wollen. Ginge es nach Google oder Amazon, dann würden die TLDs .cloud oder .music nur durch diese Unternehmen nutzbar werden. Michele Nylon fragt in seinem [Blogpost](#) auf circleid.com: “Is Google the only company on the planet that operates „cloud“? Does Amazon have some special entitlement to „music“?”

Es dürften noch interessante Diskussionen über die geplanten Nutzungsarten nicht nur dieser TLD erfolgen. Es bleibt abzuwarten, ob nicht auch zu beantragten TLDs wie .catholic, .islam oder .church die bereits im Vorfeld befürchteten Kontroversen ausgelöst werden.

Wie geht es weiter?

Derzeit wurde lediglich die Liste der Bewerbungen veröffentlicht. Es folgt nun die Prüfung der Bewerbungen durch ICANN. Es wird Widerspruchsverfahren gegen einige Bewerbungen geben und ggf. werden TLDs, die von mehreren Bewerbern begehrt werden und für die im Rahmen der von ICANN vorgegebenen Verfahren kein „Sieger“ ermittelt werden kann, per Auktion versteigert. Vor dem ersten Quartal 2013 ist nicht damit zu rechnen, dass Domains unter neuen TLDs registriert werden können.

ICANN gibt an, Ressourcen geplant zu haben, um gleichzeitig etwa 500 Bewerbungen bearbeiten zu können. Es müssen also so genannte Batches gebildet werden. Nachdem die Würfel gefallen sind, lädt ICANN nun die Bewerber zum digitalen Bogenschießen. Die Bewerber sind aufgefordert, Zieldatum und Uhrzeit zu wählen und müssen dann möglichst genau zu diesem Zeitpunkt einen Mausclick machen, den digitalen Bogenschuss. Die Bewerber mit den geringsten Abweichungen ihres Mausclicks zum Zielzeitpunkt kommen zuerst dran. Dieses höchst umstrittene Verfahren hat bereits kommerzielle Blüten getragen. Unternehmen bieten als Service an, den Schuss für den Bewerber automatisiert auszulösen und verlangen dafür eine erfolgsabhängige Vergütung, die durchaus 25.000 USD betragen kann. Viele Bewerber sind bereit, zusätzlich zu den ohnehin hohen Bewerbungskosten auch noch einige Tausend Euro zu zahlen, denn die Frage, ob ein Bewerber ins erste Batch kommt oder nicht, kann entscheidend für den Erfolg einer TLD sein. Er kann gegenüber Konkurrenten, die

mit ihrer TLD eine identische Zielgruppe bedienen, einen Vorsprung von unter Umständen zwei Jahren bedeuten. Nach wie vor besteht die Hoffnung, dass ICANN von diesem würdelosen Ansatz Abstand nimmt, der weitere Ungerechtigkeiten mit sich bringt, auf die hier nicht näher eingegangen werden soll.

ICANN Senior Vice President Kurt Pritz hat anlässlich der Pressekonferenz zum „Big Reveal“ länglich darüber referiert, was mit dem Geld geschieht, das nicht für die Bewerbungsbearbeitung durch ICANN verzehrt wird, da vermutet werden kann, dass nicht die gesamten 185.000 USD benötigt werden, um die Bewerbungen zu bearbeiten. Die Antwort sollte lauten: Alle Bewerber haben die Bewerbungsgebühr bereits als „verloren“ eingeplant. ICANN sollte alle Bewerbungen in einem Batch bearbeiten und dafür ggf. auch mehr Geld ausgeben. Die Bearbeitung in einem Batch sollte möglich sein, da wir nun – im Gegensatz zu dem Zeitpunkt, als das Batching geplant wurde – wissen, dass der Prozess der Bearbeitung von Bewerbungen stark rationalisiert werden kann, da nur wenige technische Lösungen für alle Bewerbungen genutzt werden. Es müssen insofern die technischen Fragen, die einen guten Teil der Bewerbungsunterlagen ausmachen, nicht jedes Mal komplett neu geprüft werden.

Mit der Absage des Batching könnte sicherlich Schaden von der Organisation abgewendet werden.

Im Juni wird ICANN einen neuen CEO vorstellen. Die Absage des Batching und die Zusage einer gestrafften Bewerbungsbearbeitung würde von Führungstärke zeugen und das Vertrauen in ICANN stärken.

Herzlich,
Ihr

Thomas Rickert
Direktor des eco Names & Numbers Forum
<http://numbers.eco.de/>

Bayern Connect GmbH

Die Bayern Connect GmbH ist ein Registry-Unternehmen, welches mit dem Ziel gegründet wurde, die Top-Level Domain .BAYERN zu betreiben. Bayern Connect setzt sich aus einem internationalen Team an Experten zusammen, die über langjährige Erfahrungen in der Domainbranche verfügen. Antony Van Couvering, einer der Geschäftsführer, war beispielsweise an der Entstehung der ICANN beteiligt.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Die Evolution des Namensraumes im Internet ist auch für die Domainbranche mit gravierenden Veränderungen verbunden. Von den Marktteilnehmern ist künftig mehr Flexibilität gefragt. Gleichzeitig wird die Kundenorientierung zum Erfolgsfaktor. Die neuen gTLDs werden sich nicht von selbst verkaufen.



Caspar von Veltheim
Geschäftsführer
Bayern Connect GmbH

Der zunehmende Wettbewerb erfordert eine einprägsame und sinnvolle TLD sowie eine erfolgreiche Marketingstrategie, um am Markt bestehen zu können.

Optimistisch sehen wir vor allem die Entwicklung der geografischen Top-Level Domains, die Städte und Regionen repräsentieren. Diese stehen für eine definierte und bereits existierende Gemeinschaft, mit der sich eine Vielzahl an Personen und Unternehmen identifizieren kann. Darüber hinaus bietet eine geografische TLD Unternehmen die Möglichkeit, ihr regionales Marketing auszubauen, welches zunehmend an Bedeutung gewinnt. Aber auch Top-Level Domains wie .blog, .app oder .cloud haben gute Chancen auf Erfolg. Diese Endungen stehen für populäre Anwendungen und Produkte des Online-Bereichs; die Bedeutung für den Konsumenten ist also sofort ersichtlich. Das enorme Potenzial zeigt sich allein an den vielen

Bewerbungen für ein und dieselbe TLD, .blog oder .app sind stark umkämpft.



Nun, wo bekannt ist, welche geoTLDs beantragt wurden. Wie werden geoTLDs die Domainlandschaft verändern? Spielen die weiteren beantragten TLDs für eine geografische TLD eine Rolle? Gibt es Konkurrenz?

Caspar von Veltheim
Geschäftsführer
Bayern Connect GmbH

Die geoTLDs stehen für eine gesamte Region oder Stadt. Allen Personen, Organisationen und Geschäftstreibenden wird auf diese Weise die Chance gegeben, sich mit ihrer Region bzw. ihrer Stadt zu identifizieren und dies auf eine ganz neue Art und Weise zu kommunizieren. Außerdem bieten die neuen geoTLDs eine gute Alternative zu den bestehenden ccTLDs, deren Namensräume manchmal überfüllt sind. So hält die Endung .de mit mehr als 15 Millionen Registrierungen kaum noch sinnvolle Namen bereit.

Durch die neuen geoTLDs werden innovative, lokale Business-Konzepte entstehen, von denen verschiedenste Wirtschaftszweige profitieren. Im Idealfall wird eine geoTLD zum lokalen Wirtschaftsmotor: Neue Webseiten werden erstellt, neuer Content kreiert und neue Angebote vermarktet.

Insgesamt sind 66 Bewerbungen für geoTLDs eingegangen. Dies sehen wir als positive Entwicklung an und sind überzeugt, dass die Akzeptanz von .BAYERN steigt, wenn auch Berlin, NRW oder London ihre eigenen Endungen im Internet haben.

Die Konkurrenzsituation ist für .BAYERN, wie für die meisten geoTLDs, überschaubar. Die Regeln der ICANN sehen vor, dass bei der Bewerbung für eine geoTLD die Unterstützung der jeweiligen

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.



Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.

Regierung notwendig ist. Dieser „Letter of Support“ wird nur einmal vergeben, so dass es für eine Region nicht mehrere Bewerbungen gibt. Auch hat jede geoTLD eine eigene definierte Zielgruppe und steht somit nicht im direkten Wettbewerb mit anderen geoTLDs.



Caspar von Veltheim
Geschäftsführer
Bayern Connect GmbH

*Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des
Bewerbungsverfahrens?*

Was den weiteren Fortgang des Bewerbungsverfahrens angeht, halten wir den Batching-Prozess für äußerst kritisch. Ganz konkret werden auf Knopfdruck Gewinner und Verlierer bestimmt. Diese Vorgehensweise widerspricht, aus unserer Sicht, dem Prinzip der Fairness, welches die ICANN verfolgen will, deutlich.

Benachteiligt sind beispielsweise geografische Bewerbungen, da diese meist nicht über die technischen Möglichkeiten von Google, Amazon oder Verisign verfügen.

Auf der anderen Seite werden gTLDs, für die es mehrere Bewerbungen gibt, bevorzugt. Alle Bewerber folgen dem Bestplatzierten in seinen „Batch“. Wir hoffen deshalb, dass die ICANN im bevorstehenden Meeting in Prag ihre jetzige Haltung ändern wird.

dotBERLIN GmbH

.berlin hat ICANN im Jahr 2005 aufgefordert, Top-Level-Domains für Metropolen wie Berlin freizugeben und damit eine weltweite Entwicklung angestoßen, die nun zu einer Vielzahl weiterer Bewerbungen aus Städten und Regionen wie New York, London oder Tirol geführt hat. Deutschland spielt mit der in Berlin mit angestoßenen Domainrevolution eine wichtige Rolle im weltweiten Internet und stellt mit .berlin eine der bekanntesten der neuen Endungen.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Mit den von dotBERLIN initiierten GeoTLDs .bayern, .berlin .hamburg und .koeln wird sich das deutsche Internet und das Nutzerverhalten nachhaltig verändern, daran teilhaben werden auch andere deutsche Endungen wie .gmbh, .reise und .versicherung. Internetnutzer werden die Domains allein schon wegen ihrer klaren Aussage lieben.

The logo for '.berlin' features a red dot followed by the word 'berlin' in a lowercase, sans-serif font.

Dirk Krischenowski
Geschäftsführer
dotBerlin GmbH & Co. KG

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Bereits aus der Erfahrung mit 21 existierenden gTLDs lassen sich Erfolgsmuster für Publikums-TLDs erkennen. So spielt etwa die aktive Nutzung durch die Zielgruppen eine sehr große Rolle, getriggert auch durch die Verwendung der Domains durch öffentliche Stellen. Zudem müssen die Anzahl der Domains und der Verkaufspreis eine kostendeckende Summe ergeben, so kann auch eine TLD mit 50.000 Domains erfolgreich am Markt agieren. Je nach TLD kann auch die Vermarktung über Registrare eine sehr wichtige Rolle spielen, sie haben ja bereits die Kunden.

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein? Nennen Sie uns ggf Beispiele?

Es wird damit gerechnet, dass zahlreiche neue TLDs sogar insolvent werden und von ICANN zwangweise aufgefangen werden müssen. Dies wird vor allem Projekte von US-Bewerbern treffen, die zum Teil mehr als 300 Endungen beantragt haben. TLDs wie .click, .horse oder .property, letztere weil sie beispielsweise von stärkeren Endungen wie .immo und .realestate zum Teil kannibalisiert werden wird.

dotBerlin hat vor Jahren für die Einführung neuer TLDs, insbesondere für geografische Namen, geworben. Sehen Sie sich angesichts der weltweit erfolgten Bewerbungen um geografische Namen darin bestärkt, dass es einen Bedarf an lokalen oder regionalen TLDs gibt?

Wir rechnen mit ca. 100 geografischen Endungen unter den neuen gTLDs. Mit mehrfach von eco ausgezeichneten Ideen und Konzepten für geografische TLDs hat dotBERLIN maßgeblich an der Entwicklung des Regelwerks für die neuen Geo-Endungen mitgewirkt. Die Besonderheit der GeoTLDs ist, dass sie mit der Unterstützung der Regierungen geschaffen werden und daher das öffentliche Interesse in den Vordergrund stellen. Dies wird ihnen eine besondere Stellung, auch bei ICANN, einräumen.

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des Bewerbungsverfahrens (ggf. Batching, Kosten, Zeitplan, Streitigkeiten oä)?

Die kommenden Monate werden diesbezüglich sicher spannend und wir werden gerade bei den TLDs mit mehreren Bewerbern erbitterte Streitigkeiten sehen. Zu hoffen bleibt, dass dann Anfang 2013 die ersten gTLDs live gehen werden. Und darunter soll auch .berlin sein.

The logo for '.berlin' features a red dot to the left of the word 'berlin' in a bold, lowercase, sans-serif font.

Dirk Krischenowski
Geschäftsführer
dotBerlin GmbH & Co. KG

dotSaarland e.V.

Der gemeinnützige dotSaarland e.V. unterstützt die Einführung der Internet-Endung .SAARLAND. Zu den Mitgliedern gehören unter anderem das Bundesland Saarland, die IHK, die HWK Saarland, die Saarbrücker Zeitung, die VSE NET GmbH sowie die Key-Systems GmbH. Die dotSaarland GmbH wird die zukünftige Registrierungsstelle für .SAARLAND-Domains sein. Über einen Beirat in der GmbH kann der Verein aktiv an der Gestaltung der TLD im Sinne aller Nutzer mitwirken

dotSaarland wird sicherlich zu den kleineren TLDs gehören. Sehen Sie sich in guter Gesellschaft mit anderen regionalen Initiativen weltweit? Welche Rolle werden geografische TLDs künftig spielen?

Der Trend zur Lokalisierung im Internet hält weiterhin an. Das jüngste Google-Update „Venice“ hat beispielsweise eine klare Bevorzugung von Seiten mit lokalem Bezug mit sich gebracht. Der Erfolg von Geotagging-Diensten wie Groupon und Foursquare ist ebenfalls ein Beleg für die Tendenz zum Lokalen. Regional bzw. lokal ausgerichtete Domainendungen wie .SAARLAND, .berlin, .bayern, .paris oder .london sind die logische Konsequenz aus dem steigenden Interesse der Internetnutzer an Informationen und Angeboten mit lokalem Bezug.

Unter der Top-Level-Domain .SAARLAND eröffnet sich für Saarländer und Freunde des Saarlandes ein Raum zur Entfaltung der saarländischen Identität. SAARLAND können Unternehmen, Organisationen und Privatleute nutzen, um mit ihren Webseiten speziell das saarländische Publikum anzusprechen. Insbesondere regionale und lokale Firmen können ihr Profil so schon über die Internet-Endung schärfen und ihre Auffindbarkeit im Netz steigern.



Dorothea Marx
Öffentlichkeitsarbeit
dotSaarland e.V.

EPAG Domainservices GmbH

Die EPAG Domainservices GmbH ist Domain-Registrar, bedient vor allem Reseller (Domain-Großhändler) und bietet schon heute eine große Bandbreite von Domain-Endungen an. EPAG ist ICAN-akkreditiert und könnte damit theoretisch für jede der neuen Top-Level-Domains als Registrar aktiv werden.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Das Netz wird mit den beantragten TLDs auf jeden Fall bunter, vielfältiger, aber auch kleinteiliger. Bislang versammelte sich alles im großen Wolkenkratzer von .com, mit ein paar kleineren Hochhäusern wie .net oder .org drumherum. Mit den neuen TLDs geht die Stadt, um im Bild zu bleiben, stark in die Fläche, es kommen zahlreiche kleinere "Häuser" hinzu, neue Stadtviertel entstehen rund um Themen wie Freizeit oder Kultur, es gibt große Werbetafeln bekannter Marken und Einkaufszentren, verschiedene Ethnien schaffen sich eigene Räume, und in viele Gebäude kommt man gar nicht erst hinein weil der Zutritt auf wenige beschränkt ist. Und - das Netz schreibt nicht mehr nur in lateinischen Buchstaben.



Alexander Schwertner
Geschäftsführer
EPAG Domainservices
GmbH

Andere Schriftzeichen nehmen immer größeren Raum ein - sogar der große Wolkenkratzer bekommt zahlreiche neue Eingangsschilder in allen möglichen Sprachen!

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Für mich geht es beim Erfolg einer TLD weniger um Größe im Sinne Domainzahl, sondern um Relevanz. Wie gut erfüllt eine TLD den Zweck, für den sie konzipiert ist? Bringt die TLD einen Nutzen für Betreiber oder Domaininhaber?

Geo-TLDs haben sehr gute Erfolgschancen. .london als Beispiel verfügt über einen großen regionalen wirtschaftsstarke Markt mit domain-affiner Bevölkerung. Diese TLD wird rasch Bedeutung erlangen und hat das Zeug zum langfristigen Erfolg.

Eine starke Community kann einer TLD zum Erfolg verhelfen. .GAY sehe ich hier als herausragendes Beispiel, mit einer weltweit vernetzten und identitätsstarken Community.

Gute Chancen auf Erfolg und Relevanz erwarte ich auch für .HOTEL. Die Branche setzt stark auf die eigene Vermarktung im Internet, und Reisende buchen Hotels zunehmend selbst im Netz.

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein? Nennen Sie uns ggf Beispiele?

DOTAFRICA dürfte sicher den Preis für den unglücklichsten String bekommen. Auch Fun-TLDs wie .LOL mögen witzig sein, aber ob sie genug zahlende Kunden finden, darf bezweifelt werden.

Worauf werden Sie sich bei der Vermarktung der neuen Domains konzentrieren? Wie werden die neuen TLDs Ihr Angebot verändern?

Wir werden TLDs in unser Angebot aufnehmen, die eine ausreichend große Zielgruppe ansprechen, besondere Relevanz in für uns wichtigen Märkten haben, oder von einzelnen wichtigen Kunden im Angebot gewünscht werden. Bei der großen Anzahl an neuen TLDs werden wir als Registrar sicher nicht die Vermarktung oder Positionierung einzelner TLDs übernehmen können.



Alexander Schwertner
Geschäftsführer
EPAG Domainservices
GmbH

EURid

EURid ist eine von der Europäischen Kommission mit der Verwaltung der .eu-Top-Level-Domain beauftragte Non-Profit-Organisation. EURid kooperiert mit rund 850 zugelassenen Registraren und bietet Online- und Telefonsupport in allen 23 offiziellen EU-Sprachen. Neben der Hauptgeschäftsstelle in Brüssel (Belgien) unterhält EURid Regionalbüros in Pisa (Italien), Prag (Tschechische Republik) und Stockholm (Schweden).

In your view, how and will the applied for new gTLDs change the Internet?

The role of registrars will also change because of this market shift. Power will move from registries to registrars. It will be the registrars who will decide which TLDs they still want to support. I do not expect local ccTLDs to be affected much by this trend.



Marc Van Wesemael
General Manager of the
.eu registry, EURid

Registrars will shift focus from the current TLDs to the new ones, especially as some registrars will focus on the launch phase of new gTLDs for financial reasons. The ultimate example is those registrars who have applied for their own TLDs. There will be a lack of focus from registries that run and market different TLDs so I expect registries with one single extension to stand out.

The result will be a confused end-user market where the consumer will lose track of which extension is used for what purpose.

EURid is managing the .eu TLD. What will be the impact of the new TLDs on the European user? Will they be relevant for Europe, and maybe even form a threat to the European ccTLDs?

.eu is well placed in the market as it inherently conveys a strong message that appeals to a large demographic: namely the 27 Member States of the EU. As companies in Europe look to grow, many will

need a simple way to signal their European cross-border business intentions. The opening up of the TLD market should not fundamentally affect us, so I am confident that .eu will continue to strongly appeal to businesses and organisations across Europe.

Host Europe Group

Host Europe verwaltet fünf Millionen Domains und ist bei über 100 Country Code und generic Top Level Domains registriert. Host Europe hat fünf ICANN-Akkreditierungen.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

They offer more consumer choice with relevant extensions for any one consumer. They also open up opportunity for brands to potentially maintain a clearer presence across their entire product range on the web; via a single address. Whether that's <http://www.search.google>, <http://www.mail.google> or simply <http://search.google> we could see a fundamental shift in the way consumers address the Internet.



Matt Mansell
Domainexperte
Host Europe Group

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Success is certainly adoption. Adoption doesn't necessarily mean success!! TLD's that are purchased AND used will be the most successful. Consumers need to see TLD's on their streets for the general public to accept them and the only way that will happen is with innovators standing behind the TLD and choosing to use it. We don't favor any one TLD and plan to support as wider range as

possible. Clearly popular generic TLD's like .web, .cloud, .shop, .mail and .app for example should see popularity with the general public and certain success.

Worauf werden Sie sich bei der Vermarktung der neuen Domains konzentrieren? Wie werden die neuen TLDs Ihr Angebot verändern?

We intend to support the widest range we possibly can that match the desires of our customers.

Hostserver GmbH

Als spezialisierter Hostinganbieter für Unternehmen und Agenturen betreut Hostserver mehr als 25.000 registrierte Domains weltweit. Die Hostserver GmbH ist aktiv an der Weiterentwicklung im Bereich Domains beteiligt, z.B. durch die Mitarbeit im technischen Beirat der DENIC eG und der Teilnahme an den nationalen und internationalen Veranstaltungen von DENIC, ICANN, EURID etc. Als eines von wenigen Unternehmen weltweit ist der Domainservice von Hostserver und auch der Nameservice nach DIN EN ISO 9001:2008 durch den TÜV Süd zertifiziert.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Die jetzt bekannt gegebenen Domainendungen zeigen, wie unterschiedlich Unternehmen, Gruppen und Institutionen mit der Möglichkeit eine eigene TLD zu betreiben umgehen. Top Brand TLDs wie „.google“, „.amazon“, „.apple“ und „.microsoft“ können aktiv genutzt und stark beworben dazu beitragen, dass sich Nutzer an die neuen Domainendungen gewöhnen.



Marcus Schäfer
Gründer und
Geschäftsführer
Hostserver GmbH

Interessant ist das Fehlen von „facebook“. Ein Nutzer der .google und .apple nutzt, wird auch .facebook aufrufen, dann aber keine Seite erreichen. Das Nutzererlebnis wird in dieser Hinsicht also erst mal uneinheitlich sein, da nicht alle Top Brands eine eigene TLD eingereicht haben.

Aus unserer Sicht für Unternehmen und ggf. KMU interessant werden die geo oder regio TLDs sein. Die Akzeptanz einer .berlin mit Domains wie hotel.berlin, hostel.berlin, club.berlin genauso wie von ausgesuchten Kategorien wie .hotel oder .bank schätzen wir als hoch ein. Branchendomains wie .versicherung können gerade in heute schon internetaffinen Branchen eine sinnvolle Ergänzung sein.

Letztendlich bleibt die Frage, wie schnell die neuen TLDs es schaffen, im Internet Bekanntheit zu erlangen, um aktiv von Webseitenbetreibern genutzt zu werden. Sobald es dann attraktive Angebote gibt, wird die Endung durch den Dienst oder Service bekannter. So hat „amazon.com“ mit seinem Erfolg und seinem Marketing viel für die Bekanntheit von .com getan, und z.B. „last.fm“ vielen erst die Existenz von „.fm“ vor Augen geführt.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Beispiele für aus unserer Sicht erfolgreiche neue Domainendungen sind: .berlin aber auch .hotel oder .reise. Auf Deutschland bezogen sehen wir großes Potential bei den geo TLDs, wie z.B. .berlin oder .bayern, die starkes Identifikationspotential haben. Ob .ruhr erfolgreich wird, hängt nicht zuletzt davon ab, in wie weit sich die einzelnen Städte des Ruhrgebiets primär mit sich selbst, oder mit der Region identifizieren. Aus diesem Grund halten wir die Domain .nrw für wenig erfolgversprechend, weil sie zu wenig identitätsstiftend ist.



Marcus Schäfer
Gründer und
Geschäftsführer
Hostserver GmbH

Generell hängt natürlich der Erfolg einer TLD wesentlich an einem professionellen und ressourcenintensiven Marketing. Damit haben TLDs von finanzkräftigen Bewerbern wie z.B. Google oder Amazon, die bereit und in der Lage sind, einiges zu investieren, bessere Chancen. Im Vorteil sind auch selbsterklärende TLDs wie .shop, .film oder .hotel, während andere stärker erklärt werden müssen. Domainendungen in anderen Scripten, wie das arabische „bazar“ (بازار) haben aus unserer Sicht ebenfalls gute Aussichten, sich in den jeweiligen Kulturkreisen gut zu etablieren.



Marcus Schäfer
Gründer und
Geschäftsführer
Hostserver GmbH

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

Eine .nrw sehen wir aktuell kritisch und Erfolg ist relativ. Domains mit klar begrenzter lokaler Reichweite, wie z.B. .zulu, müssen mit anderen Maßstäben bewertet werden als global ausgerichtete Domains. So ist .cat mit aktuell ca. 60.000 Domains eine erfolgreiche Domain für die Mitglieder der „katalanischen“ Kultur.

Nach welchen Kriterien werden Sie - wenn überhaupt - Ihr Angebot als Registrar auf die neue Situation anpassen?

Die Vorbereitungen für die neuen Domainendungen laufen bei uns bereits seit über 3 Jahren. Wir werden alle für unsere Kunden relevanten TLDs in unser Angebot aufnehmen und unsere Kunden beraten, um eine für das jeweilige Unternehmen und die Zielgruppen passende Domainstrategie zu entwickeln. Und gerade in der Einführungsphase werden wir unseren Unternehmenskunden helfen, einen Missbrauch ihrer Marken-, Firmen- und Produktnamen in den neuen Domainendungen gezielt einzudämmen, u.a mit Hilfe unseres Domain-Markenmonitors.

Key Systems GmbH

Die Key-Systems GmbH ist seit 1998 als internationaler Domain-Registrar tätig und bietet Domain-Dienste sowohl Endkunden als auch Resellern und Corporate-Kunden an. Das Unternehmen ist auf verschiedene Weise im Geschäftsfeld der neuen gTLDs aktiv. Die KSregistry GmbH, eine hundertprozentige Key-Systems-Tochter, wird bei erfolgreich verlaufener Bewerbung die Technologie für 31 neue gTLDs stellen. Als Registrar bietet Key-Systems bereits jetzt Vorbestellungen für Domains unterhalb der neuen gTLDs an. Key-Systems ist zudem Mitglied im gemeinnützigen dotSaarland-Verein, der sich für die Einführung der TLD .SAARLAND stark macht.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Im Namensraum der derzeit verfügbaren, generischen und länderspezifischen TLDs sind bereits viele attraktive Domainnamen vergeben. Die neuen gTLDs bringen für die Internetnutzer eine große Vielfalt neuer Webadressen. Privatleute, Firmen und Organisationen können exakt auf sie zugeschnittene Domainnamen registrieren. Domainendungen wie .SAARLAND oder .berlin, .paris ermöglichen eine regionale Ausrichtung, mit TLDs wie z.B. .sport, .music kann ich meinen spezifischen Interessen oder meiner Geschäftsidee den idealen Platz im Web verschaffen.

Mit den neuen Marken-TLDs im Stil von .brand werden einige vollkommen neuartige Online-Portale und Marketingkonzepte entstehen. Spannend wird, welche Marken es verstehen, das Potential ihrer neuen TLD zur Reichweiten-Ausdehnung und Stärkung ihrer Kundenbindung auszunutzen.

Die große Zahl neuer gTLDs mit liberaler Registrierungs politik wird eine große Herausforderung für die Registrierungsstellen der bestehenden, generischen und länderspezifischen TLDs sein. Auch bei



Alexander Siffrin
CEO
Key-Systems GmbH

Ihnen werden wir voraussichtlich in naher Zukunft Veränderungen sehen können, sei es in der Preispolitik, in der Aufhebung von Registrierungsbeschränkungen oder in der Vermarktungsstrategie.



Alexander Siffrin
CEO
Key-Systems GmbH

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

.SAARLAND:

.SAARLAND spricht als geoTLD eine lebendige Gemeinschaft aller Saarländer und Saarland-Freunde an, die eine starke Verbundenheit mit ihrer Region auszeichnet. Die hohe Identifikation mit der durch die Domainendung repräsentierten Region ist eine besonders vielversprechende Voraussetzung für den Erfolg der TLD.

.SAARLAND hat das Potenzial, ein wichtiger Bestandteil in der regionalen Kommunikation zwischen Bürgern, Organisationen und Unternehmen zu werden, da der String mit dem Konzept der „Dachmarke Saarland“ korrespondiert. Die Regierungsinitiative zur „Dachmarke Saarland“ zielt darauf ab, das Saarland in seiner Gesamtheit bekannter zu machen. Als Kommunikationsmittel, welches das Saarland online und in der E-Mail-Kommunikation repräsentiert, unterstützt .SAARLAND die Idee der „Dachmarke Saarland“.

.immo und .archi:

StartingDot hat in Zusammenarbeit mit der Eresnet GmbH die Bewerbung um .immo angekündigt. Im Rahmen der Kooperation ist die auf die Immobilienbranche spezialisierte Internet-Agentur Eresnet für die Vermarktung der .immo-TLD in Deutschland, Österreich, Südtirol und in der Deutschschweiz verantwortlich

Ziel der Community-TLD .immo ist es, der exklusive Online-Treffpunkt aller Immobilien-Professionals zu werden. Das gleiche Konzept steht

hinter .archi. Durch die mehreren Sprachen verständliche Bedeutung der Strings, den exklusiven Zugang zu den Domains und die Kooperation mit führenden Verbänden und Organisationen in Europa, könnten .immo und .archi zum Aushängeschild der jeweiligen Branche im Web werden.

Sie unterstützen mit Ihrem Produkt BrandShelter Markeninhaber dabei, sich gegen Rechtsverletzungen im Internet – insbesondere durch rechtsverletzende Domainregistrierungen – zu wehren. Müssen angesichts der beantragten TLDs Markeninhaber große Angst haben? Erkennen Sie besonders missbrauchsgeneigte TLDs?

Durch die Einführung neuer Internet-Endungen ergeben sich für Markeninhaber neue Chancen – aber auch neue Risiken. Die oftmals verfolgte Strategie der Registrierung möglicher Tippfehler-Domains rund um die eigene Marke wird in Anbetracht von über 1.400 möglichen neuen Endungen erschwert. Zudem stellt sich die Frage, ob wirklich jede neue TLD Potenzial für die eigene Marke birgt und deswegen „schützenswert“ ist.

So wäre z.B. die Registrierung des Markennamens unterhalb einer Top Level Domain .sport für Unternehmen, die in einem gänzlich anderen Produktsegment zu finden sind (z.B. henkel.sport), nicht erforderlich. Andererseits stellt jede potenzielle Fremdregistrierung auch ein gewisses Risiko für das Unternehmen und die eigene Marke dar. Dieses Risiko gilt es gegen die Kosten der Domainanmeldung abzuwägen.

Künftig wird daher der Bereich des Markenmonitorings eine zunehmend wichtigere Rolle spielen. Mit Hilfe von Monitoring-Dienstleistungen wie z.B. von BrandShelter.com, dem Markenschutzportal der Key-Systems GmbH, kann auf die präventive Registrierung von Domainnamen unterhalb jeder der über 1.400 neuen Endungen



Alexander Siffrin
CEO
Key-Systems GmbH

verzichtet werden. Sinnvoller ist es, gezielt wichtige Namen zu reservieren – und zwar in unmittelbar die Marke betreffenden TLDs; auch defensive Registrierungen in TLDs mit hohem Missbrauchspotential wie z.B. .sucks gehören hierzu. Parallel werden die neu entstandenen sowie bereits etablierten Namensräume über entsprechende Monitorings auf die Verwendung von Markennamen und etwaigen Tippfehlern überwacht. Verstöße gegen das Markenrecht können mit der Unterstützung von Markenanwälten und Internetexperten behoben werden.



Alexander Siffrin
CEO
Key-Systems GmbH

KSregistry betreut 31 TLDs als so genannter Registry Service Provider. Welche TLDs können wir mit Technik „made in Germany“ erwarten – unterstützen Sie auch international ausgerichtete neue Massen-TLDs?
Zu den 31 TLDs, für die KSregistry bei erfolgreicher Bewerbung der technische Provider sein wird, gehören 19 .brand TLDs. KSregistry wird außerdem der technische Backend-Provider für zwei deutschsprachige, geografische TLDs sowie 10 weitere, generische TLDs sein.

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des?

Allen Markeninhabern, Unternehmen und an Domains interessierten Internetnutzern empfiehlt die Key-Systems GmbH, sich nach dem „Reveal Day“ bei einem der Anbieter zu registrieren, die bereits Domain-Vorbestellungen für neue gTLDs annehmen. Diese Anbieter informieren Interessenten in der Regel darüber, wann die angegebenen Wunschdomains zur Registrierung angeboten werden. So stellt man sicher, den Start der favorisierten Domainendungen nicht zu verpassen.

Für alle Bewerber um eine neue gTLD beginnt jetzt der Kampf um den besten Schuss beim digitalen Bogenschießen. Hier lohnt sich ein vergleichender Blick auf die Bedingungen der verschiedenen, externen Anbieter. Der Erfolg beim digitalen Bogenschießen garantiert den frühestmöglichen Start der eigenen TLD und damit minimale laufende Kosten und zeitnahe Umsätze.

Knipp Medien und Kommunikation GmbH

Knipp Medien und Kommunikation GmbH betreibt mehrere Top-Level-Domains und kennt die Domain-Industrie aus allen Blickwinkeln: Als Registry-Betreiber, als Registrar sowie durch nationale und internationale Gremienarbeit. Als IT-Unternehmen designnd, schreibt und betreibt Knipp Medien Software.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

a) Unternehmen eröffnen sich durch eigene TLDs ganz neue Formen von Marketing- und Vertriebsstrategien. Dabei kann die eigene Endung unter anderem als Qualitätssiegel genutzt werden oder in außergewöhnliche Werbeslogans eingebunden werden.

b) Institutionen und Städte können Interessenten und Bürgern ganz andere Services bieten, wie z.B. eine eigene Domain des Wohnortes oder der Institution der jemand angehört.

c) Das Suchverhalten der Internet-Nutzer durch die Einführung der neuen TLDs könnte sich verändern. Während heute fast ausschließlich über Suchmaschinen gesucht wird, wäre es möglich, dass demnächst



Yvonne Heinz
Kundenberaterin
Knipp Medien und
Kommunikation GmbH

Begriffe gezielt in die URL eingegeben werden, wie z.B.
busmodell.man, hotels.nrw u.s.w.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Kriterien für eine erfolgreiche TLD:

- a) Kurze Strings: Kein Internet-Nutzer möchte lange Namen eingeben müssen, um zum gewünschten Ziel zu kommen. Darüber hinaus besteht bei langen TLD-Strings eher die Gefahr des Vertippens.
- b) Aussagekräftige Strings: Die Internet-Nutzer wissen sofort, was sich hinter der jeweiligen Endung verbirgt (Marke, Institution, Stadt, ...).
- c) Hohe Identifikation der Anbieter und der Nutzer mit dem String sowie ein echter Bedarf, der nicht künstlich erzeugt werden muss. Ein gutes Beispiel aus der Vergangenheit ist ".cat" der Catalanen.

Aktuell ist das sicher bei IDN-Strings, deren Nutzer sich nicht mit der lateinischen Schrift indentifizieren und sich eine Second-Level-Domain zum Beispiel auf Arabisch wünschen. Ein gutes Beispiel dafür ist ".bazaar": بازار

d) Die Anbieter, die den kompletten Vertriebsweg (Registry - ICANN-akkreditierter Registrar - Resellerkette - Domaininhaber) erfolgreich ansprechen. Unserer Ansicht nach sollte der Erfolg einer TLD nicht ausschließlich anhand der registrierten Second-Level-Domains bemessen werden. Ein wichtiges Erfolgskriterium ist ebenfalls die Akzeptanz innerhalb der entsprechenden Zielgruppe. Ein Beispiel dafür wäre ".scot" für die Bevölkerungsgruppe der Schotten.

Favoriten: .nrw, .shop, .pay, بازار(.bazaar)



Yvonne Heinz
Kundenberaterin
Knipp Medien und
Kommunikation GmbH

Das DNS kann mehr als "nur" beim Aufruf von Webseiten helfen. Sind erhoffte weitere Nutzungsmöglichkeiten oder sonstige Innovationen erkennbar?

Das ist leider nicht im gewünschten Maß gelungen. Einer der Hoffnungsträger aus den aktuellen TLD-Applikationen ist beispielsweise .pay. Bei dieser Top-Level-Domain geht es nicht um die Adressierung von Websites sondern darum, den Handel und das Bezahlen im Internet einfacher und sicherer zu gestalten.

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des Bewerbungsverfahrens)?

Insgesamt ist der komplette Bewerbungsprozess völlig überzogen. Das hat leider auch zu dem Effekt geführt, dass die Bewerbung von TLDs, hintzer denen kleine, innovative und kreative Ideen steckten, aufgrund der hohen ICANN-Gebühr von vornherein ausgeschlossen wurden.

Außerdem wurde bedauerlicher Weise die denkbar ungünstigste und auch in Teilen unfairste Verfahrensweise ausgewählt, um die Reihenfolge der Bewerber festzulegen.

Das führt dazu, dass viele der Applikanten sinnvoller Weise professionelle, technische Hilfe in Anspruch nehmen und somit die Reihenfolge nicht mehr nach objektiven Kriterien des Guidebooks sondern von technischer Geschicklichkeit und Raffinesse bestimmt wird. Das ist sicherlich nicht im Sinne des Internets und der Erweiterung des Namensraumes.



Yvonne Heinz
Kundenberaterin
Knipp Medien und
Kommunikation GmbH

Minds + Machines GmbH

Minds + Machines GmbH bewirbt sich für die zukünftige Top-Level Domain .NRW.

Das Team setzt sich aus führenden Experten der Domainbranche zusammen, die über jahrelange Erfahrung in diesem Feld verfügen. Technisch wird die Minds + Machines GmbH durch das Schwesterunternehmen Minds + Machines LLC, das zu den wichtigsten technischen Backend-Providern des neuen gTLD-Prozesses gehört, unterstützt. Die Muttergesellschaft Top Level Domain Holdings Ltd. bewirbt sich derzeit für insgesamt 72 gTLDs und unterstützt 20 weitere Kunden-Bewerbungen.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Die Einführung der neuen gTLDs ist ein historischer Schritt in der Weiterentwicklung des Internets. Die drei wichtigsten Punkte, die diese Veränderung erforderlich machen, sind die Verbesserung des Angebots für den Verbraucher, die Schaffung eines intuitiveren und einprägsameren Internet-Namensraumes und die Erhöhung der Sicherheitslevels.



**Anthony van
Covering**
CEO
minds + machines GmbH

Der bestehende TLD-Markt, mit nur 22 verfügbaren Internetendungen ist übersättigt; Verbraucher haben kaum noch Möglichkeiten, sich eindeutig und schnell auffindbar im Internet zu präsentieren. Mit den neuen gTLDs erhalten Konsumenten nun echte Alternativen für aussagekräftige Second-Level Domains, die mühelos und preiswert registriert werden können.

Unternehmen und Organisationen profitieren künftig von mehr Intuitivität und Logik im Internet-Namensraum. Mit dem Ergebnis, dass sich im Branding, im Marketing und in der Kundenkommunikation ganz neue Potenziale erschließen lassen. Eine eigene gTLD gewährleistet, in Zeiten steigender Cyber-Kriminalität, auch ein höheres Sicherheitslevel.

Wir sind überzeugt, dass diese Faktoren das Internet nachhaltig verändern und für überraschende Innovationen sorgen werden.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Die Erfolgskriterien einer TLD hängen von den individuellen Zielsetzungen der einzelnen gTLD-Betreiber ab. Einige der Betreiber haben es sich zum Ziel gesetzt, eine „Community“ zu bedienen, andere wiederum verfolgen wirtschaftliche Ziele mit ihrer gTLD und manche der neuen gTLDs werden von Unternehmen zu Marketingzwecken eingesetzt.

Die gTLDs, die eine breite Öffentlichkeit ansprechen sollen, werden primär das Vertrauen der Konsumenten gewinnen müssen, um erfolgreich am Markt agieren zu können. Andere kritische Faktoren sind eine kluge Marketingstrategie und gute Beziehungen zu den verschiedenen Vertriebskanälen, die entweder über die bestehenden Registrare oder andere Partner laufen werden.

Großen Erfolg erwarten wir uns von den geoTLDs, die eine Region oder Stadt repräsentieren und in vielerlei Hinsicht mit den country-code (cc) TLDs (.de, .uk etc.) zu vergleichen sind. Behörden, Unternehmen und Organisationen aus der Touristik sowie die Einwohner stellen schon eine signifikante Kundenbasis dar. Die Zahlen der bestehenden ccTLDs sprechen für sich – in den Industrienationen sehen wir ein Verhältnis von 20:1 bis 10:1: In Neuseeland beispielsweise leben vier Millionen Menschen, unter .nz laufen 400.000 Domainnamen. Die deutsche Endung .de verzeichnet bereits 15 Millionen Domainnamen. Wir glauben, dass dieselbe Metrik für geografische gTLDs anwendbar ist. Große Erfolgchancen haben aus unserer Sicht übrigens .bayern, .nrw und .london.



**Anthony van
Couvering**
CEO
minds + machines GmbH

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

Es ist wichtig, dass eine gTLD nicht nur für irgendeine Kategorie steht, sondern für etwas mit dem sich der Kunde identifizieren kann und das er gerne zum Ausdruck bringt. Zeichenfolgen mit einer stark verallgemeinernden Bedeutung wie .sport oder .pets könnten somit Probleme bekommen. Spezialisierten TLDs wie .rugby oder .horse rechnen wir, bei richtiger Vermarktung, mehr Chancen zu.



**Anthony van
Couvering**
CEO
minds + machines GmbH

Weitere Faktoren für den Erfolg einer TLD sind die Einprägsamkeit der Zeichenfolge, die Größe der Konsumentenbasis sowie die Marketingstrategie des gTLD-Betreibers.

Gibt es besonders interessante Innovationen bei den neuen TLDs (i.e. wird das DNS für bisher nicht bekannte Services genutzt)? Wie werden Ihre TLD-Projekte die Domainbranche verändern? Sind Ihnen nun viele Konkurrenten bekannt geworden?

Die erhöhte Kunden- und Userfreundlichkeit wird die bedeutende Änderungen sein, welche die neuen gTLDs mit sich bringen.

gTLD-Betreiber stehen künftig nicht nur vor der Herausforderung, Domainnamen zu verkaufen oder technische Innovationen voranzutreiben. Vielmehr wird es darum gehen, Verbraucher und Institutionen dabei zu unterstützen, sich sinnvoll zu präsentieren und für Suchmaschinen sichtbar zu machen. Wir haben schon einige Pläne in diese Richtung entwickelt und werden diese zu gegebener Zeit öffentlich machen.

Unsere Muttergesellschaft Top Level Domain Holdings Ltd. steht für viele ihrer beworbenen gTLDs in Konkurrenz mit anderen Betreibern. Diese Situation lässt sich entweder durch Kooperationen, durch Auktionen oder

durch die Rücknahme einer Bewerbung auflösen. Wir bevorzugen die erste Variante, wenn auch nicht immer die leichteste, und werden unseren Mitstreitern unsere Kooperationsbereitschaft signalisieren.

*Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des
Bewerbungsverfahrens?*

Wir halten den Batching Prozess für höchst problematisch. Das System des „digitalen Bogenschießens“ schafft künstlich Gewinner und Verlierer, anstatt die Entscheidung den Verbrauchern zu überlassen. Das System benachteiligt nicht nur kleinere Bewerber, sondern auch Bewerber, die mit ihren gTLDs in einer Wettbewerbssituation stehen („Contention Sets“). Wer aus Nordamerika oder Europa kommt, hat ebenfalls schlechtere Karten, da von diesen Kontinenten die meisten Bewerbungen eingegangen sind.

Mit dieser Vorgehensweise hat sich die ICANN möglicherweise selbst eine Bürde auferlegt und müsste vielleicht sogar nach Veröffentlichung der Batching-Resultate mit Klagen rechnen.

Eine einzelne Evaluationsphase für alle Bewerbungen würde diese bevorstehenden Konflikte und Probleme lösen. Wir sind der Überzeugung, dass die Evaluierung aller Bewerbungen zum gleichen Zeitpunkt nicht bedeutend mehr Zeit in Anspruch nehmen würde. Ein Großteil der Bewerbungen wird sehr ähnlich sein, da die technischen Aspekte der Bewerbungen von nur 15-25 verschiedenen Registry-Providern gestaltet wurden. Dies bedeutet für die ICANN, dass im Endeffekt nur einige Dutzend verschiedene technische Bewerbungsabschnitte analysiert werden müssen.



**Anthony van
Couvering**
CEO
minds + machines GmbH

NetCologne GmbH

Die NetCologne GmbH ist ein regionales Telekommunikationsunternehmen und Internetprovider und bietet ihren Kunden damit auch Domains an, zum Beispiel bei Webhosting-Produkten.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Die neuen TLDs bieten Firmen und Organisationen mehr Möglichkeiten, ihre Internetpräsenz zu "individualisieren", stärker wahrnehmbar zu machen. Gerade die regionale Fokussierung der Geo TLDs wird im Bereich Wirtschaft die Möglichkeiten für regionale Präsenz verbessern. Gerade für Unternehmen des Mittelstands bietet dies neue, interessante Möglichkeiten.



Judith Schmitz
Pressesprecherin
NetCologne GmbH

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

1. „.koeln“! Weil Bürger, Unternehmen und Organisationen ihre Nähe und Verankerung in der Region zeigen können, leicht merkbare Domains mit regionalem Bezug erhalten können, starke individualisierungsmöglichkeiten bekommen, die es bei den bisherigen TLDs einfach nicht gab.
Die Kölner Community unterstützt die Einführung begeistert, es gibt scheinbar ebenso viele gute Gründe dafür wie Unterstützer... zu finden auf koelner-fuer-koeln.de.
2. z.B. „.BMW“, weil es bei den Kunden dieser Marke die Identifizierung unterstützt
3. „.music“ oder „.sport“ zielgruppenspezifische Informationen leichter erreichbar werden.

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

Das kann man zum heutigen Zeitpunkt nicht sagen. Es bleibt abzuwarten und zu beobachten, wie sich die unterschiedlichen TLDs entwickeln. Besonders spannend wird sicher die Entwicklung bei der parallelen Nutzung von Länder-Domains und lokalen Städte-Domains.

Sehen Sie sich angesichts der weltweit erfolgten Bewerbungen um geographische Namen darin bestärkt, dass es einen Bedarf an lokalen oder regionalen TLDs gibt? Welche Trends leiten Sie daraus ab und was ist die Besonderheit von geoTLDs gegenüber anderen Bezeichnungen?

GeoTLDs sind die „Internetmarke“ einer lokalen Community. Sie bieten Bürgern und Unternehmen eine zeitgemäße Möglichkeit, sich zu ihrer Region zu bekennen. Ein besonderer Vorteil ist, dass sich die Bewohner einer Stadt oder Region mit den neuen TLDs ihre persönliche Domain reservieren können. Bei einer LänderDomain ist dies ja seit Jahren kaum noch möglich

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des Bewerbungsverfahrens?

Es liegen derzeit bereits über 20.000 Vormerkungen für die geoTLD .koeln vor! Daran sehen wir - Köln und die Kölner wollen die neuen TLD. Wir freuen uns darauf, auch die nächsten Schritte des Bewerbungsverfahrens mit Hochdruck anzugehen um schon bald in die Realisierungsphase zu starten.



Judith Schmitz
Pressesprecherin
NetCologne GmbH

NetNames GmbH

NetNames ist ein weltweit operierendes Unternehmen für Domain Name Management. Das Unternehmen unterstützt eine Vielzahl von Kunden bei der Vorbereitung einer Bewerbung um eine neue TLD. NetNames hat Sitze in verschiedenen ICANN-Komitees, unter anderem als Vorsitz von ICANNs Generic Names Supporting Organization

How will the new gTLDs applied for now change the "face" of the internet ?

It could change the way we use the internet but our view is that for a few years confusion will reign. Many organisations have applied for closed TLDs, meaning that they will never be made available for the general public.

NetNames^{NN}

Bernd Beiser
Managing
DirectorNetNames
GmbH

It immediately adds an overt level of trust that the website a consumer is visiting is legitimate and operated by a legitimate entity e.g. if you visit www.myhome.hsbc you can be sure you are going to a website owned by or under the control of HSBC, if you go to munich.dealer.audi you will be visiting an official audi dealer, if you buy a watch from london.reseller.rolex you can part with your money and be confident of receiving a real Rolex watch.

What are the criteria for a new gTLD to be successful?

Something that will become easy to remember. Big consumer brands have dived in to make an application for their own TLD and that is sensible. .apple, .google, .amazon will all change the way we search the internet.

.ing - a very clever domain suffix and it is amazing that only one application was made, rumoured to be by Google (the applicant is

Charleston Road Registry who also applied for .google and .youtube so logic is there (Note: There is a giant green statue of the Android logo outside of Building 44 (1635 Charleston Road) on the Google campus). This could have wide-reaching effects of expensive key word domains - would you rather use shopping.com or shopp.ing? Betting.com or bett.ing? Of course it has to be seen whether ING, the Dutch banking group will make an objection to this name.

.off - again amazing that there was only one application for this. So much potential for this and one to rival a .me I think.

.tips - another one application surprise. A suffix that could change the whole search patterns for "how do I?" questions.

Which TLDs will possibly be meaningless?

.IRA is a bizarre one. The initials still cause tension in the British Isles (IRA to us means the Irish Republican Army who waged a terrorist war against the British state for nearly a century) and we do not expect it being widely accepted. .Dotafrika is also a strange choice. Can you see people searching for Businessin.dotafrika when there has already been an application for .africa? .sucks is just a recipe for disaster and was raised as an issue at the ICANN reveal. The fact that anyone could actually register a "apple.sucks" or "Microsoft.sucks" means that companies will have to spend to protect their brand from such registrations, which simply lines the pockets of the registry, something that ICANN were keen to avoid. Objecting to this application could be difficult however unless you can prove that the application is against the public interest. It didn't stop .XXX from being approved in the end and that caused the highest level of defensive registrations ever seen.

NetNames^{NN}

Bernd Beiser
Managing
Director NetNames
GmbH

NetNames supports brand owners to protect their brands against online infringements. Do brand owners need to be worried about the Tlds that have now been applied for? Does NetNames recognize TLDs which are particularly suited for abuse? (e.g. .sucks)

NetNames^{NN}

Bernd Beiser
Managing
Director NetNames
GmbH

Yes we think that some brand owners do. The presence of a .sucks is a worry and ICANN may be pressured into action on this to protect rights holders. What will become interesting is how the "closed" TLD's will cope with requests from other brand holders - for instance will Nike want a Nike.boots? What right do they have to that name, if any? NetNames has already started the process of working with our customers in identifying potential issues, both with our clients who have applied for new TLDs and those who are now concerned about potential infringements. It is important for all brand owners to have worked out a domain name strategy which will identify which of the brand owners' trademarks, product names or key words should be applied for, under which TLD strings, which should be monitored and which names is the brand owner prepared to object. They should also consider which trademarks if any should be lodged with the Trademark Clearing house and identify a budget for objections, registrations and acquisitions.

Do you want to comment on the next steps in the TLD application program?

NetNames considers batching to be a necessary evil, since the expertise capable of evaluating an application effectively is in short supply. However, the mechanism that ICANN has decided to employ for selecting which applications will be in which batch (Digital Archery) is far from impartial in that brand owners with deep pockets can invest in expensive time stamping technology which will increase their chances of being in the first batch of applications significantly. If Google or Apple decide to

invest in this process for all of their applications there will be no room for any other applications in Batch 1

Sticking to published timelines will be a challenge, as they always are with ICANN, and this programme is a potential litigation battleground waiting to happen. The launch of this programme was delayed by several years, the application closure date was moved significantly (and there are plenty of conspiracy theories about that), the batching and evaluation process will likely be delayed and some commercial TLD operators may see their businesses evaporate before they get off the ground.

The objections process, while sound in theory, has simply never been put to the test and will likely cause a lot of negative publicity, cost, delays, bad feeling and heartache... a feeding frenzy for the lawyers perhaps?

The costs of the application are well established and ICANN has raised over \$350m in application fees alone. The ongoing costs and responsibility of operating a new gTLD has already been considered by all applicants. However, we think that a number of applicants that have applied for 'commercial' open registries may find that their business plans bear no resemblance to the operational realities of running a TLD registry. With so many new registries, registrars will be increasingly choosy about which suffixes they will support.

NetNames^{NN}

Bernd Beiser
Managing
Director NetNames
GmbH

registry.net

Die Münchner registry.net GmbH hat sich auf TLD-Consulting und den technischen Betrieb neuer TLDs spezialisiert. Der Herausgeber einer neuen TLD kann registry.net auch mit allen operativen Serviceleistungen beauftragen, die eine Registry gegenüber der Öffentlichkeit, Registraren oder der ICANN zu erbringen hat. Registry.net versteht sich als Full-Service Dienstleister für Beratung und Betrieb neuer TLDs.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Die neuen Domain-Endung werden von den Nutzern bei der Orientierung im Netz bewusster wahrgenommen und als qualifizierendes Merkmal oder gar Gütesiegel genutzt werden. Manche TLDs zu speziellen Themen, Marken, Produkte, Branchen, Städte, Regionen, Sportarten, Dienstleistungen etc. werden mit ihren entsprechenden Portalseiten als Einstiegspunkte für den User eine Alternative zu Suchmaschinen werden.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Eine neue TLD muss erstens eine klar umrissene Mission oder Funktion haben, die für den User interessant ist. Zweitens muss das „Versprechen“ der TLD eingehalten werden, d.h. die Informationen und Angebote vorhanden sein, die zu erwarten sind. Drittens darf die „Mission“ von der Registry nicht verwässert werden. So besteht z.B. bei .GMBH die Aussicht darauf, eine TLD zu bekommen, die ausschließlich von eingetragenen Gesellschaften m.b.H. genutzt werden darf. Für die Firmen und Verbraucher eine schöne Möglichkeit, die Information, dass es sich um eine GmbH handelt, im Domain-Namen zu kommunizieren. Und die Städte-TLDs wie .HAMBURG, .BERLIN oder

The logo for 'registry.net' features the text 'registry.net' in a bold, sans-serif font. The 'r' is stylized with two blue diagonal lines. Below the main text, in a smaller font, is the tagline 'REGISTRY SERVICES FOR NEW TLDs'.

Peter Hupfauer
Geschäftsführer
registry.net GmbH

.KOELN werden mit Sicherheit vielen Unternehmen und Privatpersonen die schöne Möglichkeit geben, ihren Namen als Domain mit Bezug zur Stadt registrieren zu können, der zumal unterhalb von .DE vielleicht schon vergeben war.

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

TLDs die nicht „sprechen“, deren Mission sich nicht erkennen lässt, bzw. die keine haben.

Worauf werden Sie sich bei der Vermarktung der neuen Domains konzentrieren? Wie werden die neuen TLDs Ihr Angebot verändern?

Als Registry Service Provider unterstützt registry.net Herausgeber neuer TLDs im TLD-Marketing. Da Registrare und Domain-Provider sicherlich viele der neuen TLDs anbieten werden, ist es wichtig, dass die Registries selbst für die Bekanntheit und das Image ihrer TLD sorgen.

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des Bewerbungsprozesses?

Registry.net GmbH übernimmt im Auftrag von TLD-Bewerbern das „Digitale Bogenschießen“, das für die Platzierung im Prüfungsverfahren bei der ICANN so wichtig ist. Je besser das Ergebnis, um so größer die Chance auf eine schnelle Bearbeitung der TLD-Bewerbung und damit einen frühen Start der eigenen Domain-Endung.

Sedo GmbH

Sedo ist die weltweit größte Domainhandelsplattform mit über 1 Million Mitgliedern und einem Verkaufsangebot von über 16 Millionen Domains aller Endungen – über 4 Millionen Domains davon sind geparkt. Mit seinem One-Stop-Shop Prinzip bietet Sedo sämtliche Dienstleistungen für Domainkäufer und Domainverkäufer an, wie etwa Domain-Parking, Domain-Bewertungen, Domain-Transfers und Domain-Vermarktung.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Man könnte mit ganz einfachen Worten sagen, dass das Internet jetzt noch größer wird. Doch genaugenommen läuten die TLDs den Beginn einer neuen Ära ein: Jeder, der Inhalte im Internet anbieten und sich von Mitbewerbern und Konkurrenten abgrenzen möchte, hat jetzt die Möglichkeit dazu. Aus Sicht der Unternehmen, die bisher bei den gängigen TLDs wie .com oder .de nicht zum Zug gekommen sind, ist das die Chance, sich das „eigene Stück Land“ zu sichern. Das bringt die Budgets für Marketing und Legal für das ein oder andere Unternehmen an die Schmerzgrenze. Doch langfristig gesehen bieten neue TLDs ein gigantisches Potential. Sie werden Auslöser für neue Innovationen sein, und dadurch neue Business-Modelle und neue Märkte schaffen.

Aus Sicht der User könnten die neuen TLDs das gesamte Navigationsverhalten im Internet beeinflussen, diese haben eher die Qual der Wahl. Domains und die Art wie wir uns im Internet bewegen sind bereits tief im Bewusstsein der Milliarden User verankert, daher ist die Einführung dieser Massen an neuen TLDs ein drastischer Schritt, der bei dem einen oder anderen Nutzer auch Verunsicherung hervorrufen kann. Wir wissen ja bereits, dass sich Google unter anderem für .docs, .youtube und .lol beworben hat, es bleibt also interessant zu sehen,



Liesbeth Mack-de Boer
Geschäftsführerin
Sedo GmbH

was Google, und auch andere durch Innovation geprägte Unternehmen, geplant haben. Wir sollten nicht vergessen, dass sich das Internet jeden Tag im Wandel befindet und ständig neue Impulse hervorruft, das macht uns diese neue Ära wieder bewusst. Eines ist sicher: Sobald diese neuen Endungen bekannt sind und genutzt werden, wird das Internet nicht mehr so sein, wie wir es heute kennen



Liesbeth Mack-de Boer
Geschäftsführerin
Sedo GmbH

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Der umfassende Erfolg neuer TLDs hängt maßgeblich von der Interaktion folgender Bereiche ab:

1. Attraktivität der TLD
2. die Größe der potentiellen Zielgruppe
3. das notwendige Marketingbudget (6 bis 7stellig)

Darüber hinaus benötigt man:

- 1) eine hochperformante technische Infrastruktur für verlässliche Betriebszeiten und Sicherheit
- 2) eine sehr gut durchdachte Sales- und Distributionsstrategie
- 3) Idealer Time to market Zeitpunkt, da mehrere TLDs gleichzeitig starten und um Zielgruppen konkurrieren werden

Die Größte Herausforderung ist das Erringen globaler Aufmerksamkeit für die eigene TLD. Nur so kann man sich eine prominente Position schaffen und bereits etablierten TLDs gegenüber konkurrenzfähig sein. Warum sollte die Zielgruppe damit anfangen, eher Domains unter der neuen TLD zu registrieren/zu kaufen anstatt sich auf die bereits etablierten und vertrauten TLDs zu verlassen? Das ist eine Frage der guten Argumentation und überzeugender Marketingmessage. Den neuen TLDs von Anfang an einen Wert beimessen zu können ist der Schlüssel zum Erfolg.

Meine Favoriten sind

- 1) .music, da die Zielgruppe enorm groß und das Keyword international bekannt ist
- 2) .date, da das Thema Dating und Partnerschaft höchst internetaffin ist
- 3) .blog, weil das Einstellen und Teilen von eigenem Content jetzt schon enorme Maße annimmt, der Höhepunkt aber noch lange nicht erreicht ist. Hier ist wirklich jeder User angesprochen!



Liesbeth Mack-de Boer
Geschäftsführerin
Sedo GmbH

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

Hinter jeder neuen TLD, die eingeführt wird, steckt auch eine Interessensgruppe, die der TLD eine Bedeutung beimisst. Daher kann man diese Frage nicht pauschal beantworten. Die Endung .travel z.B. hatte mit dem Reisesektor eine sehr internetaffine Branche, und trotzdem wurde sie kürzlich eingestampft, weil keine Strategie erkennbar war. Sogar Endungen wie .sucks, die auf den ersten Blick kurios scheinen mögen, haben einen interessanten Aspekt: Eine Marke sollte sich aus reinem Eigenschutz immer die Marke in Kombination mit „sucks.tld“ registrieren. McDonalds hat dies zB bei www.mcdonaldssucks.com verpasst und es gibt sicherlich noch mehrere Beispiele. Ich warte also ab, welche Strategie eine Registry mit seiner neuen TLD verfolgt, bevor ich ihr keinerlei Bedeutung beimesse.

Ihr Unternehmen ist Weltmarktführer im Domainhandel. Wie werden die neuen TLDs den Sekundärmarkt beeinflussen? Viele Domainer sehen neue Domains nicht als handelsfähig an. Teilt SEDO diese Meinung?

Top Level Domains sind wertvoll, wenn sie seit der Markteinführung ein konstantes Wachstum bei der Anzahl der registrierten Domains

vorweisen können. Wenn von mehreren Seiten Interesse an einer einzelnen Domain besteht, haben wir es mit einem wirtschaftlichen Gut zu tun, das knapp ist. So ist der Sekundärmarkt traditionell entstanden.

Die Marktstrategie einer Registry, z.B. eine liberale Vergabe wie bei .com versus einer restriktiven Vergabe wie noch kürzlich bei .cn, beeinflussen die Wertentwicklung einer Domain/TLD von Beginn an. Die neuen Endungen werden nur dann wertvoll sein, wenn die User die Inhalte unter den neuen TLDs akzeptieren, annehmen und aufsuchen. Sobald wir es mit einer Knappheit zu tun haben die mit einer Popularität einhergeht, kommen die Käufer auf den Plan, und der Sekundärmarkt um eine TLD/Domain beginnt sich zu entwickeln. Aus unserer Erfahrung mit all den neuen TLDs wie .mobi, .me, .co oder .asia wissen wir, dass Auktionen eine verlässliche Methode sind um einer jungen TLD zu einem bestimmten Zeitpunkt einen Wert beizumessen. Topverkäufe von einzelnen Domains/TLDs repräsentieren darüber hinaus eine klare Vorstellung von sogenannten Peaks im Markt, die erreicht werden können. Unsere Statistiken zeigen, dass kürzlich eingeführte TLDs durchaus erfolgreich sein können, doch .com und eine Reihe ccTLDs waren für Enduser und Unternehmer immer am ansprechendsten. Ob sich das mit den neuen TLDs ändern wird? Es ist grundsätzlich möglich, aber bestimmt nicht einfach: Wer inmitten von hunderten TLDs bestehen will, muss innovativ und strategisch top aufgestellt sein und Chancen zum richtigen Zeitpunkt wahrnehmen.

Dann werden diese TLDs auch für den Sekundärmarkt interessant.



Liesbeth Mack-de Boer
Geschäftsführerin
Sedo GmbH

United Domains

united-domains bietet Registrierungen von Domain-Namen unter mehr als 270 Domain-Endungen. Das Angebot an Top-Level-Domains reicht von .au für Australien bis .za für Südafrika. können Kunden bereits seit 2011 Internet-Adressen mit den neuen Domain-Endungen kostenlos und unverbindlich in den Datenbanken von united-domains vorbestellen

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Die neuen Top-Level-Domains werden den Inhalt bzw. das Thema der jeweiligen Webseite stärker widerspiegeln als dies bei bestehenden TLDs wie .com oder .net der Fall ist. Bei einer .shop-Adresse kann der Nutzer einen Shop erwarten, bei einer .blog-Domain ein Weblog, usw. Somit tragen die neuen Domain-Endungen u.a. zu einer besseren Orientierung im Internet bei.



Markus Eggensperger
Vorstand
united-Domains AG

Außerdem bieten die neuen TLDs die Chance, Internet-Adressen wieder kürzer und prägnanter zu fassen. Anstatt einer umständlichen Adresse wie z.B. www.hotel-oberhuber-garmisch-patenkirchen.de wird fortan www.traumhotel.bayern möglich sein.

Communities werden sich unter einer gemeinsamen TLD sammeln können und sich so mit ihren gemeinsamen Interessen stärker wiederfinden als unter einer .com- oder .de-Domain. Die neue Domain-Endung .gay, die von der homosexuellen Gemeinschaft befürwortet und aktiv vorangetrieben wird, wird das Markenzeichen für die Community im Internet. Zudem bietet sie allen Akteuren, die sich speziell an die Homosexuellen-Community wenden möchten, einen eigenen digitalen Raum.

Darüber hinaus werden große Marken mit ihren eigenen TLDs bei Endkunden das Bewusstsein für neue Domain-Endungen schärfen. Man denke beispielsweise an Adressen wie Football.Nike oder Drive.BMW. Generell wird der Adressraum im Internet erweitert und bei den Nutzern mit der Erwartungshaltung gebrochen, dass eine Internet-Adresse beinahe zwangsläufig mit .com, .net oder einer Länderkennung wie .de enden muss.

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

Die TLD sollte nicht zu lang sein und in möglichst vielen Sprachen eindeutig verstanden werden. Die „goldenen Regeln“ für gute Domain-Namen gelten auch und besonders bei den neuen TLDs.

D.h. konkret:

1. So kurz und relevant wie möglich.
2. Der Anrufbeantworter-Test sollte bestanden werden. Versteht man beim Abhören einer Mailbox-Nachricht einen Domain-Namen auf Anhieb, ist schon viel gewonnen. Das schließt die Domain-Endung selbstverständlich mit ein.
3. Die TLD sollte auch ein gutes Image transportieren, seriös wirken.

Favoriten: .shop, .blog, .berlin

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein?

Gerade jene TLDs, die recht lang und zu speziell sind, werden es recht schwer haben.

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.



Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.

Ihr Unternehmen hat bereits frühzeitig die Möglichkeit der Vorregistrierung neuer TLD geboten. Haben sich beim Reveal Day für Sie Überraschungen ergeben von TLDs, die von Ihnen noch nicht angeboten werden, die jedoch für Ihre Zielgruppen relevant sind? Wie werden Sie Ihr Angebot angesichts der neuen TLDs verändern?

Wir haben beispielsweise .blog in unser Angebot aufgenommen, da wir bei über 200 Millionen Bloggern weltweit großes Potenzial für diese TLD sehen. Wir sprechen mit unserem Webspaces-Angebot und beispielsweise der einfachen Integration der Wordpress-Plattform schließlich gerade Blogger an. Allein in den vergangenen 24 Stunden sind bei uns über 2.200 Vorreservierungen für .blog-Domains eingegangen. Bereits vor dem „Reveal Day“ registrierten wir eine verstärkte Nachfrage bzgl. der .nrw-Domain, die wir jetzt ebenso z.B. wie .bayern, .berlin und .hamburg anbieten.

Wir sind zudem jederzeit dazu in der Lage, weitere Domain-Endungen in unser Angebot aufzunehmen, sofern die Nachfrage bei unseren Kunden gegeben ist.



Markus Eggensperger
Vorstand
united-Domains AG

Prof. Wolfgang Kleinwächter

Prof. Wolfgang Kleinwächter ist bekannt für seine Tätigkeit in zahlreichen Beratungsgremien zum Thema Internet Governance (u. a. ICANN, WSIS, IGC, WGIG, SIAP). Er ist Professor für Internet Politik und Regulierung an der Universität Aarhus und Persönlicher Berater des Vorsitzenden des UN Internet Governance Forum (IGF) sowie Vorsitzender der Internet-Expertengruppe des Europarates. Prof. Dr. Kleinwächter ist kritischer Beobachter der TLD-Szene.

Wie werden aus Ihrer Sicht die beantragten TLDs das „Gesicht“ des Internet verändern?

Wenn es mehr als 1000 neue TLDs gibt wird das zwangsläufig das Gesicht des Internet verändern. Das ist eine gigantische neue Möglichkeit für Innovation und mehr Auswahl. Aber was die unerwarteten Sideffekte betrifft muss man sehen was da raus kommt. Da kann es Überraschungen geben, positive wie negative.

**Prof. Wolfgang
Kleinwächter**

Was sind aus Ihrer Sicht die Kriterien für eine erfolgreiche TLD?

.web, .berlin und .music sind sicher gesetzt. Die werden seit Jahren und das wird auch klappen.

Welche TLDs werden aus Ihrer Sicht bedeutungslos sein? Nennen Sie uns ggf Beispiele?

Da halte ich mich lieber zurück. Es gibt immer wieder Überraschungen und warum sollte .lol nicht ein Erfolg werden?

Viele Domainhändler halten neue TLDs für vollkommen uninteressant und setzen auf etablierte TLDs wie .com und .de. Erkennen Sie bereits einige Perlen? Welche TLDs versprechen wertvoll zu werden? Wie wird sich der Domainhandel verändern?

Man könnte sicher alle regionalen oder City TLDs wie .berlin, .nrw oder .nyc, die Brand TLDs wie .ibm, .sap oder .bugatti und generische Namen wie .sports, .books oder .islam als Erfolgsgeschichte prognostizieren. Aber auch das muss erst die Praxis beweisen. Also abwarten und Tee trinken.

Haben Sie Anmerkungen zum weiteren Fortgang des Bewerbungsverfahrens?

Warten wir die Streitigkeiten ab. Mal sehen, was die chinesische und die russische Regierung zu den Bewerbungen von Verisign und Afilias für .info und .com in chinesischen und kyrillischen Buchstaben sagen.

**Prof. Wolfgang
Kleinwächter**

WIR GESTALTEN DAS INTERNET.



Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.

Impressum

Herausgeber

eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.

Lichtstraße 43h

50825 Köln

Tel.: 0221 / 70 00 48-0

Fax: 0221 / 70 00 48-111

<http://www.eco.de>

Ansprechpartner

RA Thomas Rickert

Director Names & Numbers Forum

thomas.rickert@eco.de

<http://numbers.eco.de/>

Copyright

eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.

Stand: Juni 2012