

# ZUKUNFTSSTRATEGIEN FÜR DOMAINS

Trends zum innovativen Umgang mit Domainnamen  
und Domain-Registrierungen für Unternehmen,  
Shop-Anbieter und Selbstständige

Die DomainFactory-Studie 2022



**THE FUTURE IS  
NOWWW.**

# INHALTS— VERZEICHNIS



**Zukunftsstrategien für Domains**  
Domain Factory Studie 2022

Trends zum innovativen Umgang mit Domainnamen  
und Domain-Registrierungen für Unternehmen,  
Shop-Anbieter und Selbstständige

→	<b>Einleitung</b>	<b>In Domains investieren: Warum lohnt sich das heute mehr als jemals zuvor?</b>	<b>03</b>
→	<b>Kapitel 01</b>	<b>Domain-Trends und die wichtigsten Key-Findings</b>	<b>06</b>
→	<b>Kapitel 02</b>	<b>Effektives Risk-Management: Sicherheitslücken präventiv behandeln</b>	<b>09</b>
→	<b>Kapitel 03</b>	<b>Die Domain als smartes Marketing-Tool nutzen</b>	<b>14</b>
→	<b>Kapitel 04</b>	<b>Domainstrategie: Das letzte Geheimnis im Online-Business</b>	<b>18</b>
→	<b>Kapitel 05</b>	<b>Domain-Kompass: So navigieren Sie sicher durch die Domain-Flut</b>	<b>22</b>
→	<b>Kapitel 06</b>	<b>Ratgeber: Belegt = Verloren? Das können Sie tun, wenn Ihre Wunschdomain vergeben ist</b>	<b>32</b>
→	<b>Kapitel 07</b>	<b>Fazit</b>	<b>34</b>
→	→	<b>Forschungsdesign</b>	<b>38</b>
→	→	<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>40</b>
→	→	<b>Demografische Daten</b>	<b>42</b>

# EINLEITUNG

---

# IN DOMAINS INVESTIEREN

# IN DOMAINS INVESTIEREN: WARUM LOHNT SICH DAS HEUTE MEHR ALS JEMALS ZUVOR?

Es klingt überraschend, aber die älteste Domain der Welt trägt keine .com-Endung. Am 1. Januar 1985 wurde mit nordu.net die erste Domain weltweit mit einer .net-Endung<sup>1</sup> registriert – noch zweieinhalb Monate vor der ersten .com-Domain. Seitdem hat das Internet die Weltwirtschaft komplett verändert. Billionen-Umsätze, Dienstleistungen und ganze Märkte wanderten in den letzten 35 Jahren ins Netz.

Was sich seitdem nicht verändert hat, ist das, womit alles begann: Die Domain ist die zentrale Anlaufstelle für alle digitalen Dienstleistungen. Tendenz steigend: Seit 1985 kamen pro Jahr im Schnitt eine Million Domains hinzu. Heute sind 349 Millionen Domains weltweit registriert<sup>2</sup>.

Mit einer Domain beginnt jegliches Business. Die Domain ist Dreh- und Angelpunkt für digitale Geschäftstätigkeit. Ob multinationales Unternehmen, Online-Shop oder Solo-Selbstständiger: Jeder braucht eine Domain, um einen Markt zu erschließen, seine Dienstleistung anzubieten oder Produkte zu verkaufen.

<sup>1</sup> <https://domain-recht.de/domain-registrierung/domain-statistik/statistik-ein-blick-hinter-die-kulissen-von-net-63441.html>

<sup>2</sup> <https://de.statista.com/infografik/487/anzahl-der-top-level-domains/#:~:text=Das%20Internet%20besteht%20laut%20der,mehr%20als%20349%20Millionen%20Domains>



## OHNE DOMAIN GEHT DIGITAL NICHTS MEHR

---

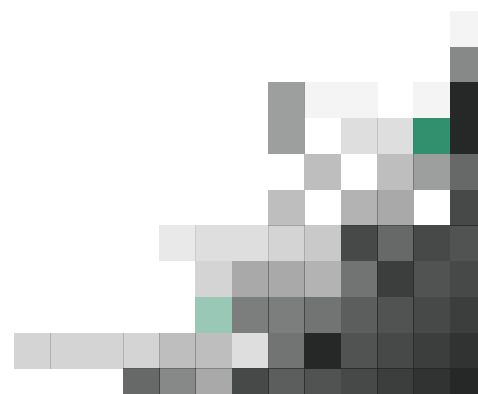
Vor diesem Hintergrund ist es verwunderlich, dass gerade heute viele Unternehmen kaum strategische Überlegungen hinter ihre Domain-Registrierung setzen. Auf der einen Seite werden Millionen Euro in Online-Marketing-Aktivitäten gesteckt und jeder Euro bei SEO-Maßnahmen umgedreht. Auf der anderen Seite widmet man den Domains nur Cent-Beträge und überlässt die strategische Registrierung der IT-Abteilung.

Eine **Domainstrategie** ist aber nicht nur eine wichtige Säule der Marketingplanung, sondern gehört zu den Pfeilern der Cybersecurity-Maßnahmen jedes Unternehmens. Für Unternehmen, die sich online präsentieren, zählt jeder Website-Besucher demnach ist eine Strategie unabdingbar. Dabei ist die Beantwortung u. a. von diesen Fragen essenziell:

- ***Ist die Domain interessant für den Betrachter?***
- ***Wie viele Domains sind vorhanden, um auf die Seite des Unternehmens zu gelangen?***
- ***Welche Schlüsselwörter sind für das Unternehmen wichtig?***

Ergo ist eine Domain weitaus mehr als eine Adresse im Internet-Browser: Erfolgreiche Unternehmen, die auch im Internet große Budgets erwirtschaften, handeln nach einer klar definierten Domainstrategie. Wie in jeder Strategie werden Ziele, Botschaften, eine langfristige Perspektive und das Management in der Domainstrategie verankert. Wer seine Domainstrategie ganzheitlich denkt und aufsetzt, wird in den kommenden Monaten und vor allem langfristig **sichtbarer werden, mehr Kunden online generieren** und kann darüber hinaus auch die **Cybersecurity erhöhen**. Die Markenbewusstheit und das Vertrauen sowohl in etablierte wie auch in neue Marken wird durch den gezielten Einsatz der Domainstrategie online verankert.

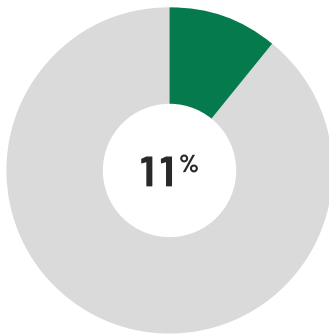
In der folgenden Studie zum strategischen Umgang mit Domainnamen bei Unternehmen, durchgeführt von DomainFactory und YouGov, erhalten Sie neben den Studienergebnissen konkrete **Handlungsempfehlungen für Ihr Online-Marketing sowie Ihr Security- und Domainmanagement** der Zukunft.





# K#01 DOMAIN TRENDS KEY FINDINGS

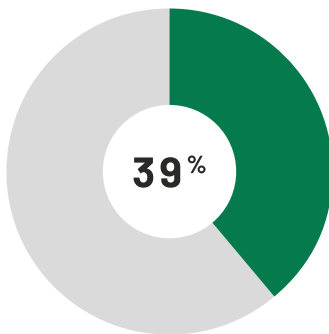
## DOMAIN-TRENDS UND DIE WICHTIGSTEN KEY-FINDINGS



### 11 % waren schon Opfer von Domainpiraterie.

Mehr als jedes zehnte Unternehmen war bereits Opfer von Domainpiraterie.

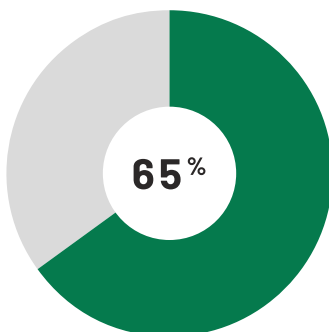
Jedes Jahr nehmen **Cyberattacken auf Unternehmen** zu. Allein 2020 bezifferte sich der Schaden durch Cyberkriminalität in Deutschland auf **88 Millionen Euro**. Bislang sind Solo-Selbstständige seltener davon betroffen, aber auch nur wenig mit dem richtigen Domainmanagement vertraut.



### Nur 39 % glauben, dass eine einzige Domain für eine erfolgreiche Online-Präsenz ausreicht.

Die Mehrheit der Unternehmen hat zehn oder weniger Domains registriert.

Die meisten erfolgreichen Unternehmen haben erkannt, dass mehrere Domains zum Must-have einer starken Online-Präsenz gehören. Selbstständige hingegen sehen andere Prioritäten: Obwohl ein größeres Domainportfolio wichtiger denn je ist, haben sich viele nur eine oder sogar keine Domain gesichert.

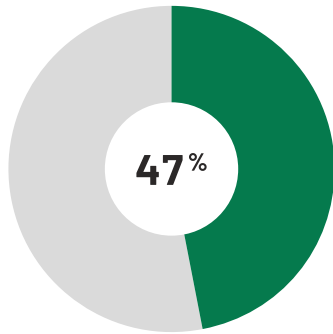


### 65 % möchten mit einer Domain Ihre Markenposition stärken.

**Domains als Marketing-Tool: 65 Prozent registrieren dafür Domains.**

Markenbekanntheit und die Nutzung positiver Branding-Effekte sind die Hauptgründe für eine passende Domain. **Jeder Zweite** denkt zudem, dass sich mit Domains sogar gezielte Werbekampagnen integrieren lassen. **Rund 20 Prozent** der Befragten haben bereits erkannt, dass sich Domains auch für den **Schutz vor Cyberkriminalität** einsetzen lassen.

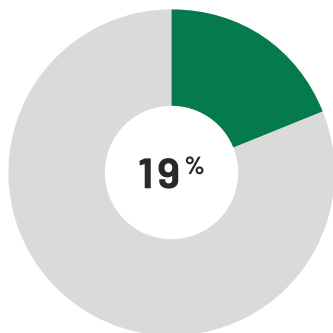




## 47 % registrieren eine Domain zum Schutz der Marke.

Markenschutz gehört zu den Top 3-Gründen für Domain-Registrierung.

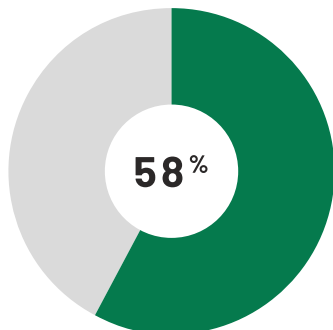
Für eine langfristige Brand-Safety-Strategie sollte eine Marke vor Cyber-Angriffen, Hacking und Domain-Piraterie geschützt sein. Experten aus IT und Marketing haben die Bedeutung erkannt und fokussieren sich bei der Wahl ihrer Domain auf diese Aspekte. Der **Schutz der Marke** gehört für die befragten Experten zu den **Top 3-Gründen, eine Domain zu registrieren**.



## 19 % sind davon überzeugt, dass die Bedeutung der .eu-Domain zunehmen wird.

Neue Domainendungen: .eu liegt im Trend.

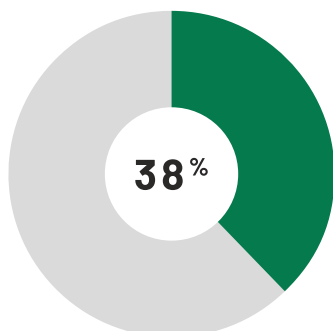
Für jeden Fünften wird die Bedeutung der .eu-Endung zunehmen. Auch andere neue Endungen wie .group, .business oder .shop werden in den kommenden Jahren deutlich relevanter werden.



## Für 58 % ist die .de-Domain nach wie vor die beliebteste Domainendung.

.de ist und bleibt die beliebteste Domainendung in Deutschland.

Die Domainendung .de ist mit Abstand die beliebteste – dicht gefolgt von .com mit 43 Prozent und .eu mit 23 Prozent –, obwohl mit länderspezifischen Domainendungen eine Internationalisierung umständlicher wird.



## 38 % der Unternehmen setzen ihre Domain gezielt für eine internationale Webpräsenz ein.

Internationalisierung der Domainendungen im Kommen.

Ein wichtiger Grund für die Registrierung von Domains bei Unternehmen ist **die internationale Ausrichtung**. Mehr als **jeder Dritte** nutzt bereits welche, die sich international verwenden lassen.







# K#02 EFFEKTIVES RISK- MANAGEMENT

## EFFEKTIVES RISK-MANAGEMENT: SICHERHEITSLÜCKEN PRÄVENTIV BEHANDELN

Der reine Kaufprozess einer Domain ist in der Regel schnell erledigt. Auch danach sollten sich Unternehmen, Selbstständige und Shop-Anbieter allerdings im Rahmen der Domainstrategie mit ihrer Domain befassen. So gehen sie möglichen Cyber-Risiken aus dem Weg. Sollte man doch einmal betroffen sein, gilt es, richtig zu reagieren.

” **Es kann jeden treffen: Mehr als jedes zehnte Unternehmen war bereits Opfer von Domainpiraterie!**

Dabei registrieren unternehmensfremde oder gar kriminelle User Domains, die einer bereits bestehenden Domain sehr ähnlich sind. Besonders die Verantwortlichen für das Domainmanagement sind gefordert, wenn es um **Domainpiraterie**, auch als **Domaingrabbing** bekannt, geht. Ziel ist es, diese Domains entweder gewinnbringend zu verkaufen oder durch ihre aktive Nutzung Besuchern zu suggerieren, eine Webseite zu einem bestimmten Thema oder Begriff zu sein, obwohl der Inhalt wenig mit dem genutzten Begriff zu tun hat.

Ein weiteres Risiko, dem Domaininhaber ausgesetzt sind, stellen **Expired Domains** dar. So werden Domains bezeichnet, die in Kürze gelöscht werden oder bereits gelöscht worden sind. Diese sind vor allem aus den folgenden Gründen sehr begehrt:

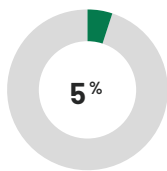
- **Vorhandene Verlinkungen (Backlinks) von anderen Webseiten oder Erwähnung in klassischen Medien**
- **Bestehende Rankings bei bestimmten Suchmaschinen**
- **Suchbegriffe innerhalb des Domainnamens (z. B. bei generischen Domains)**
- **Alternative Schreibweisen**

Doch wie merkt man, dass man Teil einer solchen Attacke wurde? Wichtig hierfür ist das sogenannte **Domain-Monitoring**. Dabei werden die eigenen Domains kontinuierlich beobachtet und es wird darauf geachtet, dass diese nicht missbraucht werden. Hierfür müssen bei den Verantwortlichen entsprechende Strukturen und Zuständigkeiten abgestimmt werden. Damit sind Duplikate mit Verטיפern und artverwandte Plagiate schneller aufgedeckt und ein größerer Schaden wird vermieden.

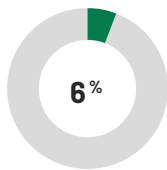
**2002 fiel die Dresdner Bank einer derartigen Domainverfälschung zum Opfer.** Neben ihrer Domain wurde auch die „Fresdner Bank“ registriert.

## KEINE PRÄVENTION IST DIGITALER SELBSTMORD

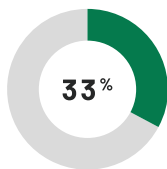
Wie **Christian Götz, Solutions Engineering Director bei CyberArk**, bestätigt, kann diese Art von Kriminalität jeden mit einer Internetpräsenz treffen. Rund **jedes zehnte befragte Unternehmen war mindestens einmal Opfer von Domainpiraterie (elf Prozent)**. Da 21 Prozent sich nicht sicher waren oder keine Angabe machen wollten, könnte die Dunkelziffer noch deutlich höher liegen. Dass über **ein Drittel der Befragten noch nie etwas von Domainpiraterie gehört hat (35 Prozent)**, zeigt, wie groß die Gefahr auch zukünftig sein wird. **Besonders hoch ist dieser Anteil unter den Solo-Selbstständigen (45 Prozent)**.



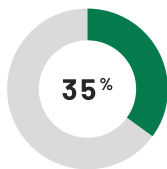
Ja, mein Unternehmen war bereits mehrfach von Domainpiraterie betroffen.



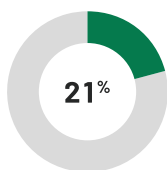
Ja, mein Unternehmen war schon einmal von Domainpiraterie betroffen.



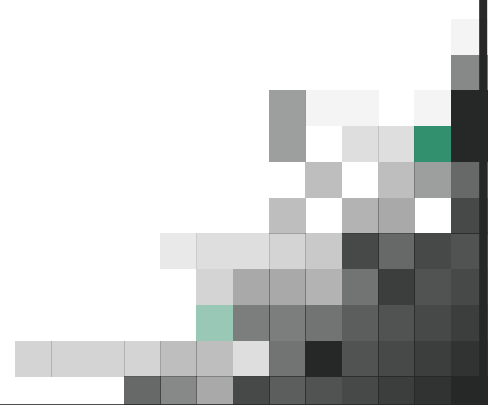
Nein, mein Unternehmen war bisher nicht von Domainpiraterie betroffen, aber ich habe schon von Domainpiraterie gehört.



Nein, mein Unternehmen war bisher nicht von Domainpiraterie betroffen, ich habe auch noch nie von Domainpiraterie gehört.



Weiß nicht / keine Angabe.



## WIE SCHÜTZT MAN SICH RICHTIG VOR DOMAIN-PIRATERIE?

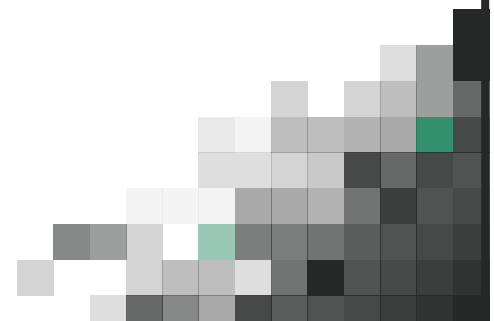
---

Einen 100-prozentigen Schutz vor Domainpiraterie gibt es nicht. Als Domaininhaber gibt es aber verschiedene Möglichkeiten, ihr vorzubeugen und sich durch die eigene Domainstrategie zu schützen. Eine Methode ist, viele Domains, die der eigenen ähnlich sind, zu registrieren. So werden die Möglichkeiten von Kriminellen auf ein Minimum reduziert. Götz dazu:

„In den letzten Jahren wurden immer mehr Domainerweiterungen eingeführt. Wo es früher nur die Länderkürzel .com oder .org gab, gibt es heute mehrere Dutzend Möglichkeiten.“

Eine wichtige Errungenschaft sei die Verschlüsselung der Datenübertragung. In den Anfangsjahren war die Kommunikation im Internet noch größtenteils unverschlüsselt. Das sei heute nicht mehr so. **Mehr als 80 Prozent des Informationsflusses seien heute verschlüsselt.** Damit geht einher, dass die Zieladresse validiert wird. Der Experte sagt dazu:

„Das funktioniert immer dann, wenn die Prüfung herausfinden kann, dass der, der das Zertifikat anfragt, auch wirklich der rechtmäßige Besitzer dieser Domain ist. Genau diese Mechanismen sind aber nicht global umgesetzt.“





## LÖSUNGSANSÄTZE GEGEN DOMAINPIRATERIE

---

Ist ein Unternehmen betroffen, muss über Verzeichnisse recherchiert werden, wo die Domain registriert ist. Der nächste wichtige Schritt ist es, diese zu sperren. Eine solche Sperrung kann für .de-TLD bei der **DENIC** (Abkürzung für: **D**eutsches **N**etwork **I**nformation **C**enter) beantragt werden. Die DENIC betreibt und verwaltet die .de-Endung<sup>4</sup> und ist in solchen Fällen der wichtigste Ansprechpartner. Welche Registry für welche Domain verantwortlich ist, ist immer aktuell unter dem folgenden Link nachzulesen: [www.nfldstats.com](http://www.nfldstats.com)

So wurde auch im Falle der Dresdner Bank vorgegangen. Die Bank konnte die Domains nicht durch eine eigene Registrierung sperren lassen, weil dies die Markenrechte der Hypo-Vereinsbank hätte verletzen können. Die einzige dauerhafte Lösung war die Sperrung mithilfe der DENIC. Das überzeugte auch die Frankfurter Richter.<sup>5</sup>

Eine Hürde tritt in solchen Fällen auf, wenn der oder die Betreiber der „falschen“ Domain im Ausland sitzen. Dies schränkt nämlich auch die Handlungsmöglichkeiten der DENIC ein.

<sup>4</sup> <https://www.denic.de/ueber-denic/aufgaben/>

<sup>5</sup> <https://www.handelsblatt.com/archiv/urteil-zur-sperrung-von-internet-namen-landgericht-graebt-domain-piraten-das-wasser-ab/2200422.html?ticket=ST-5631055-qS6qa6fIGmFH2mGgPIgL-ap1>

# K#03 DOMAINS ALS SMARTES MARKETING- TOOL

## DIE DOMAIN ALS SMARTES MARKETING- TOOL NUTZEN

### ” Position beziehen? Aber bitte nur in der URL!

Domain- und Marketing-Strategie sind aktuell noch zwei Paar Schuhe, die nebeneinander herlaufen. Die Domains liegen nicht im Hoheitsbereich der Kommunikationsexperten und finden aus diesem Grund keine markenrelevante Beachtung - ein fataler Fehler und verschenktes Potenzial.

### ” Marketing-Experten unterschätzen Domainstrategie

Warum ist das so? Getreu dem Motto „neuer Wein in alten Schläuchen“ setzen Marketer in Unternehmen und Selbstständige noch vermehrt auf klassische Paid-Strategien, ausgeklügelte SEO-Maßnahmen und designtechnische Feinessen. Die so wichtige Domainstrategie wird von Marketing-Experten bislang noch vielfach unterschätzt, im schlimmsten Fall sogar gar nicht bedacht. Doch aufgepasst: Online-Marketing beginnt mit der Planung. Was in der analogen Welt unter „Word-of-Mouth“ überlebt hat, muss im Web eingesetzt werden. Andernfalls verenden umfangreiche Kampagnen im Web-Nirwana, ohne je einen Kunden zu Gesicht zu bekommen.

Eine erfolgreiche Online-Marketing-Kampagne beginnt nicht mit einer Landing-Page, sondern mit einer aussagekräftigen Domain. Der Marketer der Zukunft schöpft dieses nie dagewesene Online-Potenzial aus und setzt auf ganzheitliches Wachstum.

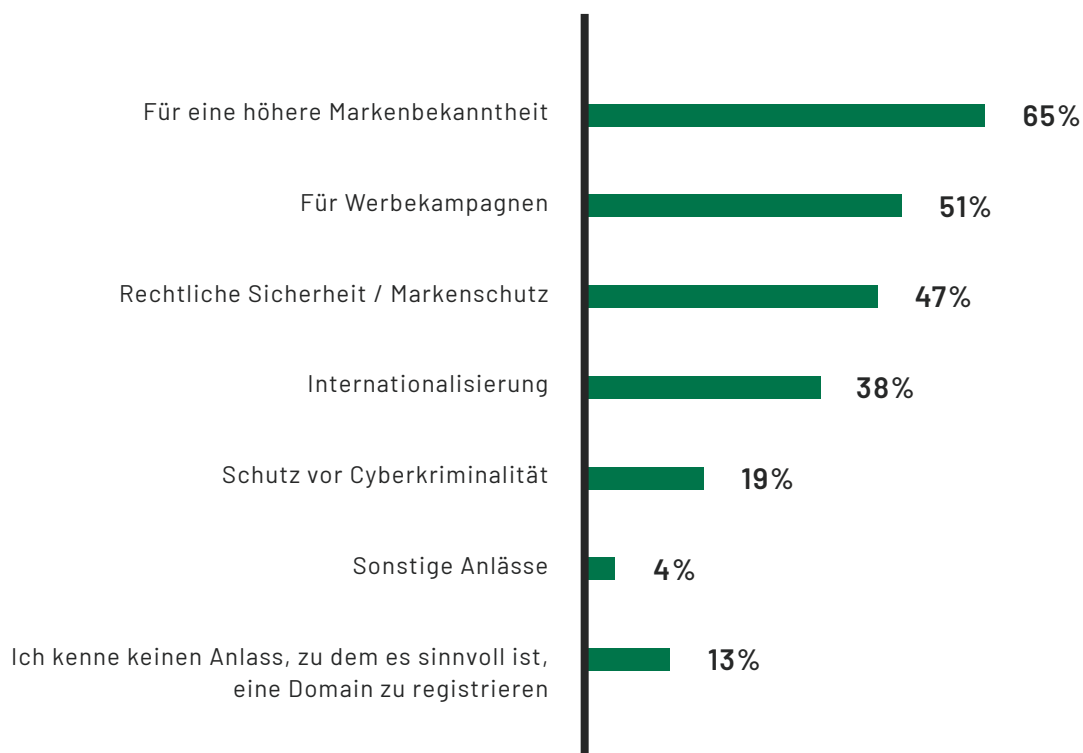
Ein positiver Nebeneffekt: Das Vertrauen des Kunden in die Marke wird so zusätzlich gestärkt.

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Bis heute erinnern wir uns an prägnante Werbeslogans erfolgreicher TV-Spots. Tempo steht nach wie vor für Taschentücher, obwohl auch zahlreiche andere Firmen qualitativ ähnliche Produkte anbieten. Das Ziel eines prägnanten Domainnamens ist es, ebendiese Markeneffekte auch im Web zu etablieren.“*

## PHRASENDRESCHER SIND OUT. BRANDING PER KLICK IST IN!

Zwei Drittel aller Unternehmen registrieren Domains, um ihre Markenbekanntheit zu steigern. Für **65 Prozent der Befragten steht die Markenbekanntheit an erster Stelle**. Dieses Ergebnis zeigt, dass Unternehmen Markenbekanntheit und ihre Domains in Einklang bringen wollen. Mit einer definierten Domainstrategie wird dies auch langfristig funktionieren. Jeder Zweite nutzt Domains bereits, um gezielt für Werbekampagnen, die auf das Branding einzahlen, zu streuen. Dicht gefolgt vom **Top-Grund Nummer 3: die rechtliche Sicherheit, der Markenschutz**. Mehr als jeder dritte Befragte denkt bei der Domainvergabe bereits an Internationalisierung. 19 Prozent nutzen die Domain als **Schutzinstrument vor Cyberkriminalität**.



## CHECKLISTE: DIE DOMAIN ALS MARKETING-TOOL EINSETZEN

---

Diese Punkte sollten Sie beachten:

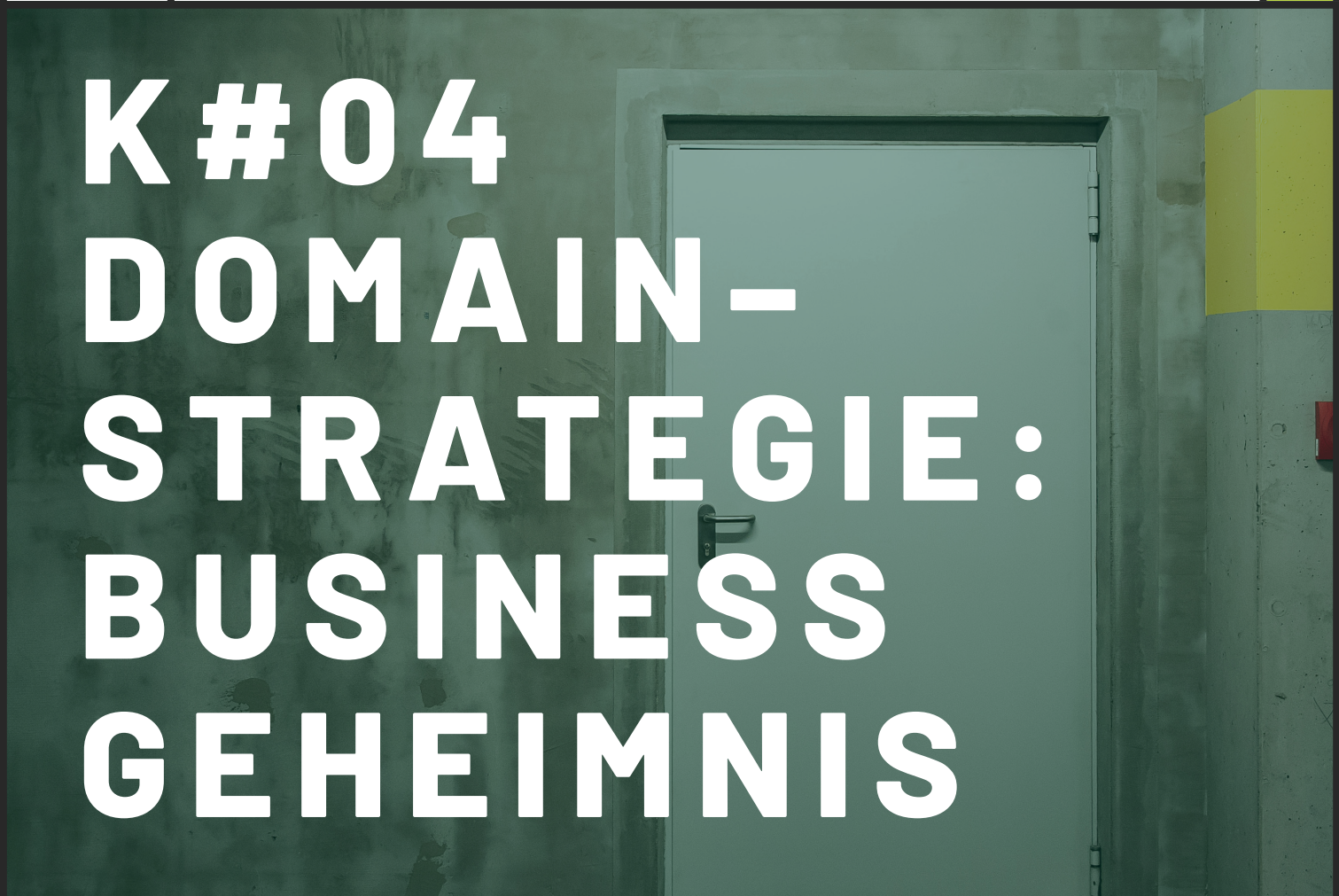
### ” Der Domainname...

- ... ist einprägsam und leicht zu merken.
- ... ist kreativ und grenzt sich originell vom Wettbewerb ab.
- ... ist auch international verwendbar und aussprechbar.
- ... enthält Ihr Unternehmen und/oder wichtige Keywords, die in Ihrer Branche wichtig sind.
- ... lässt Rückschlüsse auf die jeweilige Produkt- und/oder Branchenkategorie zu und erhöht damit die Merkbarkeit.
- ... lässt Spielräume für eine spätere Ausweitung Ihrer Services und Produkte zu, ohne, dass er sich verändern muss.

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Webseitenbetreiber handeln nachhaltig, wenn sie ihre Domain in die Marketingstrategie integrieren. Gleichzeitig können sie die Marke sichern und vor Wettbewerben schützen. Sollte die Domain bereits vergeben sein, lohnt es sich nachzuforschen: Hat die Konkurrenz lediglich die Domain oder auch die Marke eintragen lassen? Böse Überraschungen können so frühzeitig aufgedeckt werden. Das gilt insbesondere für Start-ups und Solo-Selbstständige. Auch die Integration branchenüblicher Keywords kann förderlich sein.“*





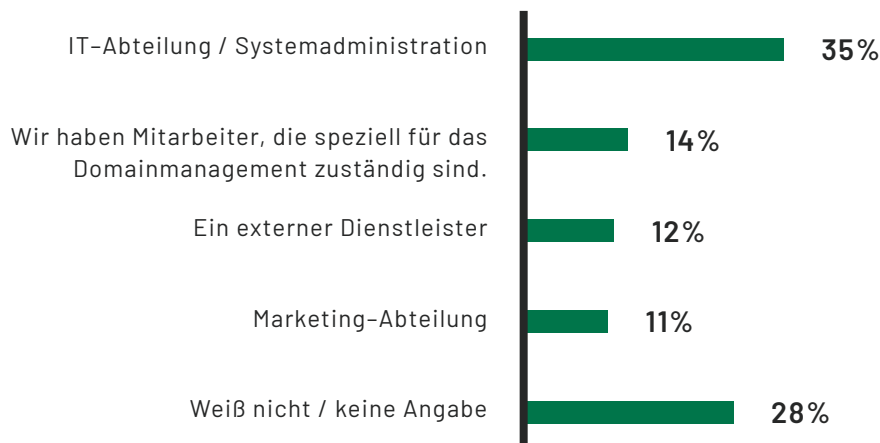
# K#04 DOMAIN- STRATEGIE: BUSINESS GEHEIMNIS

## DOMAINSTRATEGIE: DAS LETZTE GEHEIMNIS IM ONLINE-BUSINESS

### „ Die Domainstrategie wird 2022 Chefsache

Alle Jahre wieder: Spätestens zu Anfang eines neuen Jahres legen Marketer, Sales-Experten und Führungskräfte die Strategie für die kommenden Monate fest. **Ganzheitlich** soll der Ansatz sein, den **Wettbewerb übertreffen** und natürlich **neue Kunden** anziehen. Doch wo bleibt in diesem Konzept die Domainstrategie? Die traurige Wahrheit: oft nirgends. In 35 Prozent der Unternehmen ist aktuell die IT-Abteilung für das Domainmanagement verantwortlich, eine solide Basis ist also geschaffen. Um das Domainmanagement künftig wirklich gezielt strategisch zu nutzen, sollten Marketer, IT-Experten und die Chef-Etage Hand in Hand arbeiten, denn die Domainstrategie kann unmittelbaren Einfluss auf das Geschäftsergebnis haben.

Noch ist das Domainmanagement bei jedem dritten Unternehmen keine Chefsache. Nur 14 Prozent geben an, dass es speziell ausgebildete Mitarbeiter im Haus gibt. Zwölf Prozent sagen, dass das Domainmanagement an einen externen Dienstleister ausgelagert ist. Das wird sich bis Ende 2022 deutlich ändern, zumindest bei den Unternehmen, die den Trend und das Potenzial des Domainmanagements nutzen wollen.

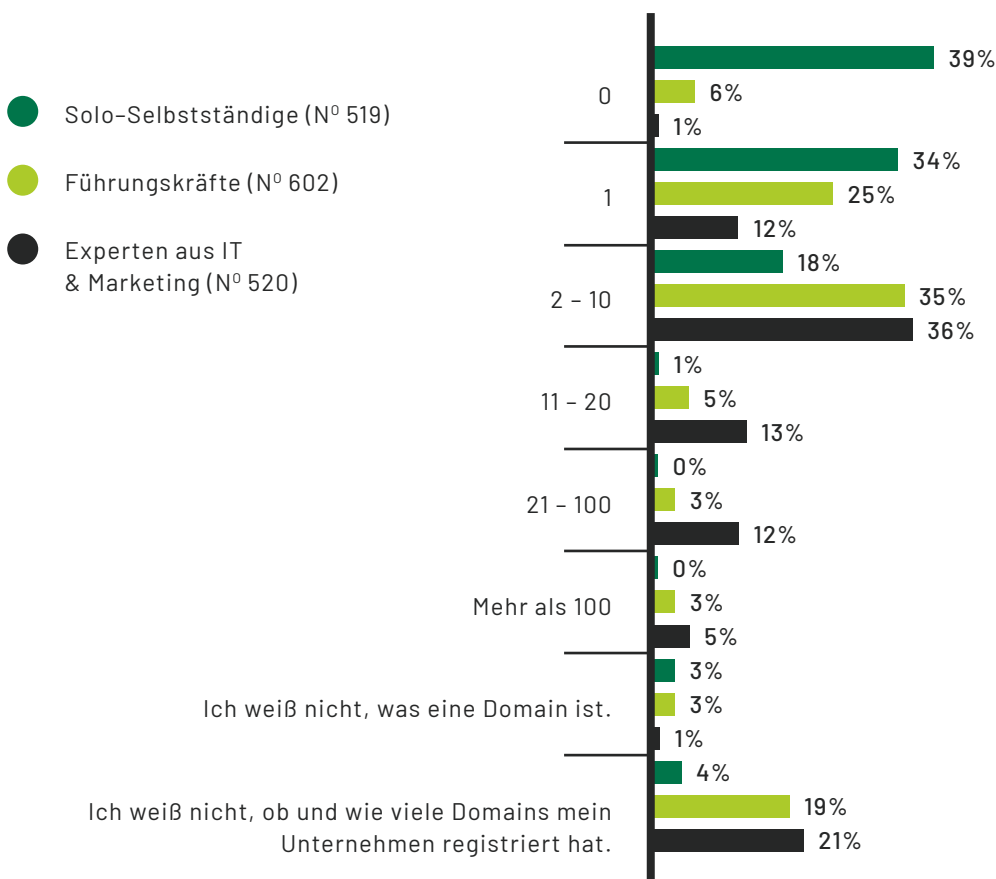


→ **Expertentipp von DomainFactory:**

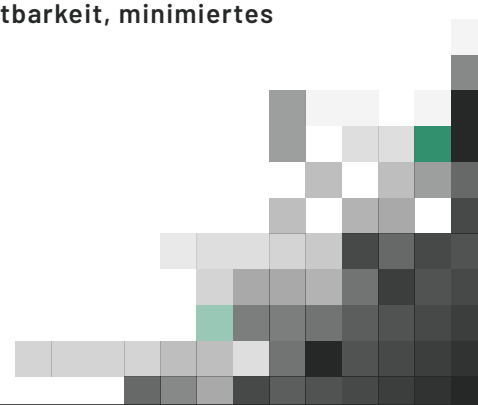
*„Ein erfolgreiches Domainmanagement ist fester Bestandteil der Unternehmens- und Marketingstrategie. Die Vision, Mission und Botschaften, die auf der Webseite präsentiert werden, sollten sich in der Domain widerspiegeln.“*

# DOMAINPORTFOLIOS WACHSEN - EINE DOMAIN IST PFLICHT, MEHRERE DOMAINS SIND DIE ZUKUNFT

Die Anzahl der registrierten Domains der Befragten deckt auf: Der strategische Umgang und die Bedeutung des Domainportfolios sind (noch) nicht in jedem Unternehmen angekommen. Die Mehrheit hat zehn oder weniger Domains registriert. Solo-Selbstständige sind die klaren Nachzügler: **Nur jeder Dritte hat eine, 39 Prozent haben bislang noch gar keine Domain gesichert.** Dadurch werden massiv Potenziale verschenkt. Unternehmen und Selbstständige riskieren es, übersehen zu werden.



Im Laufe des Jahres 2022 werden erfolgreiche Unternehmen verstärkt in ihr Domainmanagement investieren und mehrere Domains anlegen. Die Vorteile: **verbesserte Sichtbarkeit, minimiertes Risiko von Webseitenduplikaten auf Google und Internationalisierung.**





## DIE DOMAINSTRATEGIE: DIESE PUNKTE SOLLTEN SIE BEACHTEN

---

Was für eine Marketing-Strategie gilt, kann auch für die Domain übersetzt werden: Dreh- und Angelpunkt ist die richtige Zielgruppe. Aufbauend auf die potenziellen User und Kunden kann ...

- ... **der Domainname festgelegt werden.**
- ... **die Entscheidung für ein ganzheitliches Domainmanagement bestehend aus mehreren Domains getroffen werden.**
- ... **eine klare Struktur aus Haupt- und untergeordneten Domains festgelegt werden.**
- ... **die passende Endung – lokal, generisch oder international – festgelegt werden.**
- ... **das Keyword Setup für Metatitel und -Deskription ausgewählt werden.**

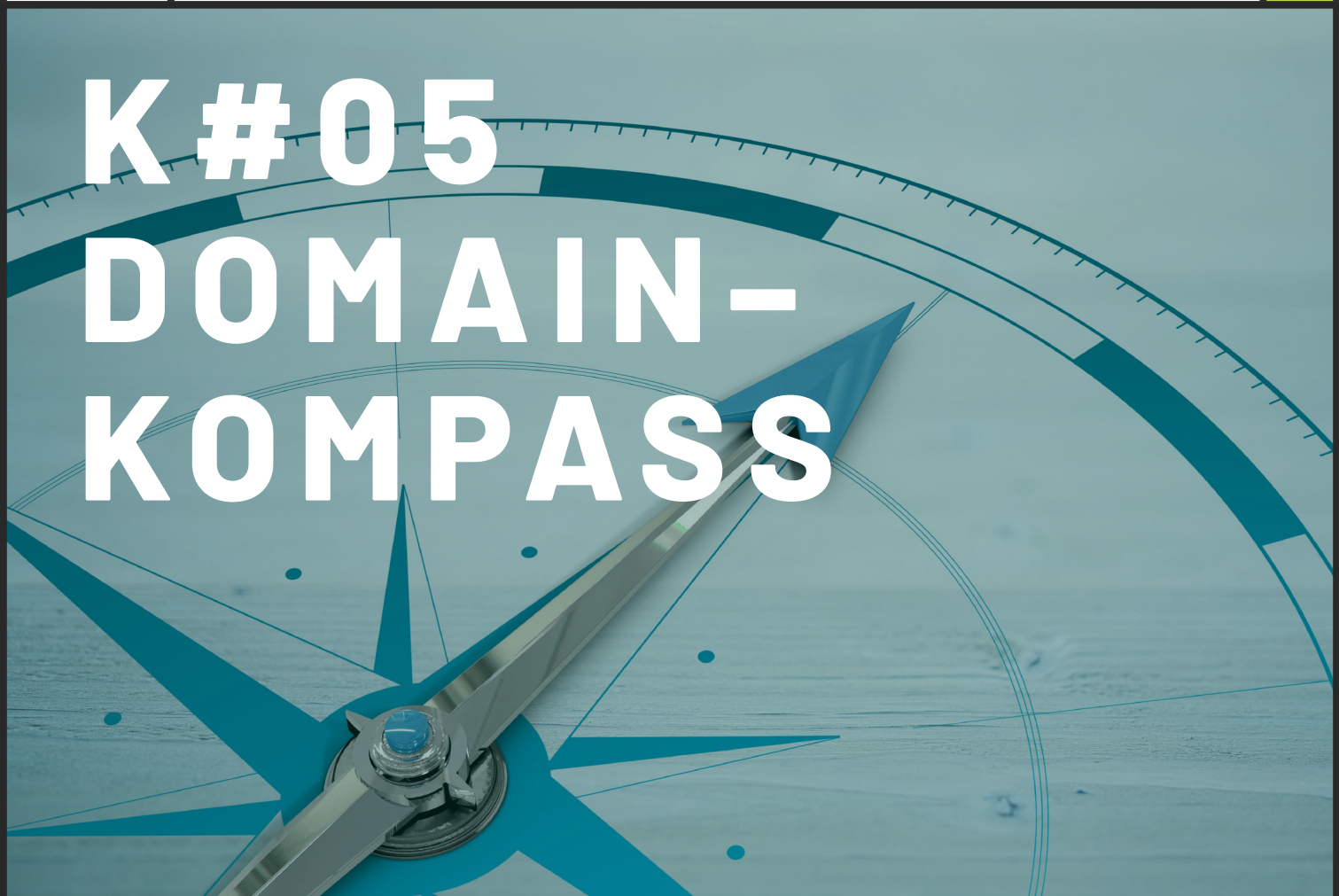
### ” Exkurs: Die Multi-Domain-Strategie

Kennen Sie die Elektrohandsketten Saturn und Mediamarkt und deren Online-Seiten? Wussten Sie, dass beide Unternehmen unter der MediaMarktSaturn Retail Group firmieren? Nicht nur durch Käufe in den lokalen Geschäften fließen die Profite in ein und dieselbe Unternehmensgruppe. Auch online fallen die unterschiedlichen Domains unter die Dachorganisation – ohne, dass es der Kunde aktiv mitbekommt.

Große Player wie Mediamarkt und Saturn nutzen diese Multi-Domain-Strategie, um sich reichweitenstark zu positionieren. Gleichzeitig stärken sie so ihr Suchvolumen. Diese Multi-Domain-Strategie schafft immense Reichweitevorteile. Vorausgesetzt, Domain- und Content-Strategie gehen Hand in Hand.

- **Expertentipp von DomainFactory:**

**„Die Basis für jeden Online-Erfolg ist die Domainstrategie. Ist ein stabiles Online-Fundament gelegt, können Angebote mit einer Multi-Domain-Strategie ausgebaut werden. Die mittel- und langfristigen Effekte können sich sehen lassen.“**



# K#05 DOMAIN- KOMPASS

## DOMAIN-KOMPASS: SO NAVIGIEREN SIE SICHER DURCH DIE DOMAIN-FLUT

Die passende Domain ist ein wichtiger Erfolgsmotor, der potenzielle Kunden auf die Webseite lotst. 2022 nimmt die Auswahl der Domain einen noch wichtigeren Stellenwert ein. Zeit also, in Online-Angebote zu investieren. Doch **viele Webseitenbetreiber vernachlässigen ihre Domainstrategie und lassen so große Potenziale unausgeschöpft.**

### ” Domains registrieren: Ist weniger mehr?

Laut dem „Council of European National Top-Level Domain Registries“ gibt es **in Europa über 115 Millionen registrierte Top Level Domains (TLD)**.<sup>6</sup> Täglich werden es mehr. Es ist unumgänglich, den eigenen Server über einen Namen zugänglich zu machen, denn nur so ist ein erfolgreicher Internetauftritt möglich. Doch wie wird das in Deutschland gehandhabt, welche Domains haben die Unternehmen in der Regel registriert und warum sollte man mehrere Domains eintragen lassen?

*Auf die letzte Frage gibt es verschiedene Antworten. Hier finden Sie die fünf wichtigsten:<sup>7</sup>*

- 01 Vertipper:** Um zu vermeiden, dass Nutzer sich in der URL vertippen und dann auf die falsche Seite kommen, ist es sinnvoll, „typischen Fehlern“ vorzubeugen. Auch solche Domains sollten registriert werden.
- 02 Ähnliche Namen:** Um dem Fall vorzubeugen, dass die Mitbewerber ähnlich klingende Domains registrieren, sollten auch diese von Ihnen registriert werden.
- 03 Namensänderung:** Falls Ihr Unternehmen früher unter einem anderen Namen bekannt war, ist es hilfreich, diesen nach wie vor als Domain zu sichern, um nicht den Gefahren von Expired Domains ausgesetzt zu sein. Diese sind besonders beliebt, da in der Regel noch externe Verlinkungen (Backlinks) existieren oder sie noch in Suchmaschinen ranken.
- 04 Beschreibender Name:** Ist Ihr Unternehmen bzw. Ihre Marke auch unter einem anderen umgangssprachlichen Namen bekannt? Diese Möglichkeit sollte beim Kauf von Domains berücksichtigt werden.
- 05 Neue TLD:** Neue generische Domainendungen können Unternehmen einen großen Mehrwert bieten. Damit kann man sich leicht von seiner Konkurrenz abheben. Bestimmte Schwerpunkte der Marke werden unterstrichen.

<sup>6</sup><https://www.centri.org/news/news/globaltd-2021q3.html>

<sup>7</sup>[https://domains.google/intl/de\\_de/learn/top-5-reasons-to-get-more-than-one-domain-name/](https://domains.google/intl/de_de/learn/top-5-reasons-to-get-more-than-one-domain-name/)

## DOMAINS REGISTRIEREN: IST WENIGER MEHR?

---

Eine Mehrheit der Befragten gab an, **nicht mehr als zehn verschiedene Domains registriert zu haben (69 Prozent)**. Doch 30 Prozent haben das Potential bereits erkannt und mehr als zehn Domains in ihrem Portfolio, 14 Prozent gaben an, sogar mehr als 20 Domains registriert zu haben.

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Das Potenzial einer Domainstrategie wird unterschätzt. Einfach eine Domain zu registrieren, reicht heute nicht mehr aus. Wer sich mehrere Domains für sein Produkt bzw. die angebotene Dienstleistung sichert, schützt seine Präsenz und stärkt das Branding. So werden Sie im Informationsdschungel schneller von den richtigen Kunden gefunden und sichern sich Wettbewerbsvorteile.“*

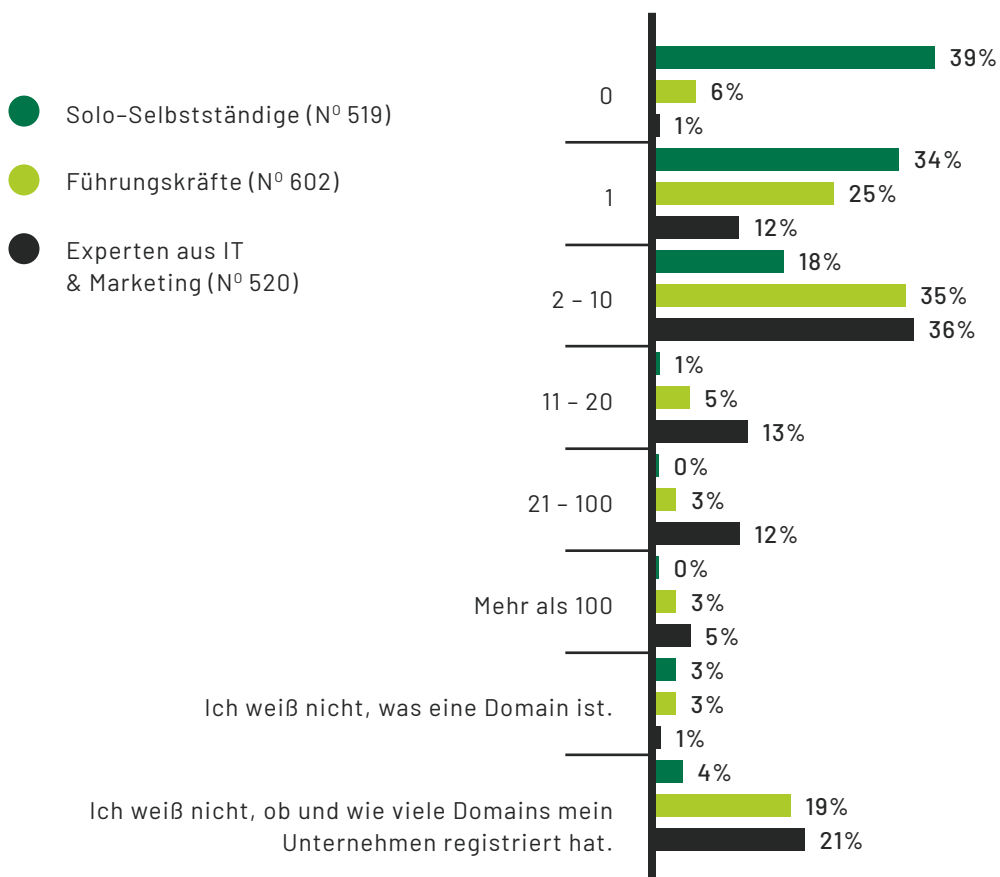
### ” Selbstständige haben oft nur eine oder sogar gar keine Domain registriert

Während viele **Solo-Selbstständige nur eine (39 Prozent) oder sogar gar keine (34 Prozent) Domain** registriert haben, sieht das bei **Führungskräften** sowie **IT- und Marketing-Experten** ganz anders aus: Der größte Teil hat zwei bis zehn Domains (Führungskräfte: 35 Prozent, IT- und Marketing-Experten: 36 Prozent) registriert.

## NOCH KEINE DOMAIN? DER GARANT FÜR DEN UNTERGANG AM MARKT

Wie wichtig dieser Themenkomplex für den langfristigen Geschäftserfolg ist, hat das Kapitel 3 (Ab Seite 14) zu den Sicherheitslücken gezeigt. Deshalb sollten sich auch Selbstständige um die Sicherheit ihrer Domain kümmern.

Sollte noch gar keine Domain registriert sein, wird es höchste Zeit. **Wer keinen Internetauftritt vorweisen kann, kann auch nicht gefunden werden und so bleiben große Potenziale ungenutzt.**



### „ Domainname und -endung: Die Meilensteine der Domainstrategie

Ist die Entscheidung über die Domainstrategie getroffen, ist es wichtig, sich über den Domainnamen und die Endung klar zu werden.

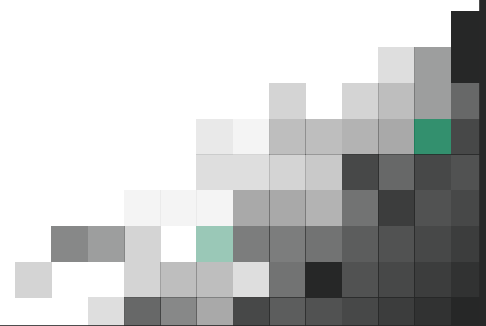
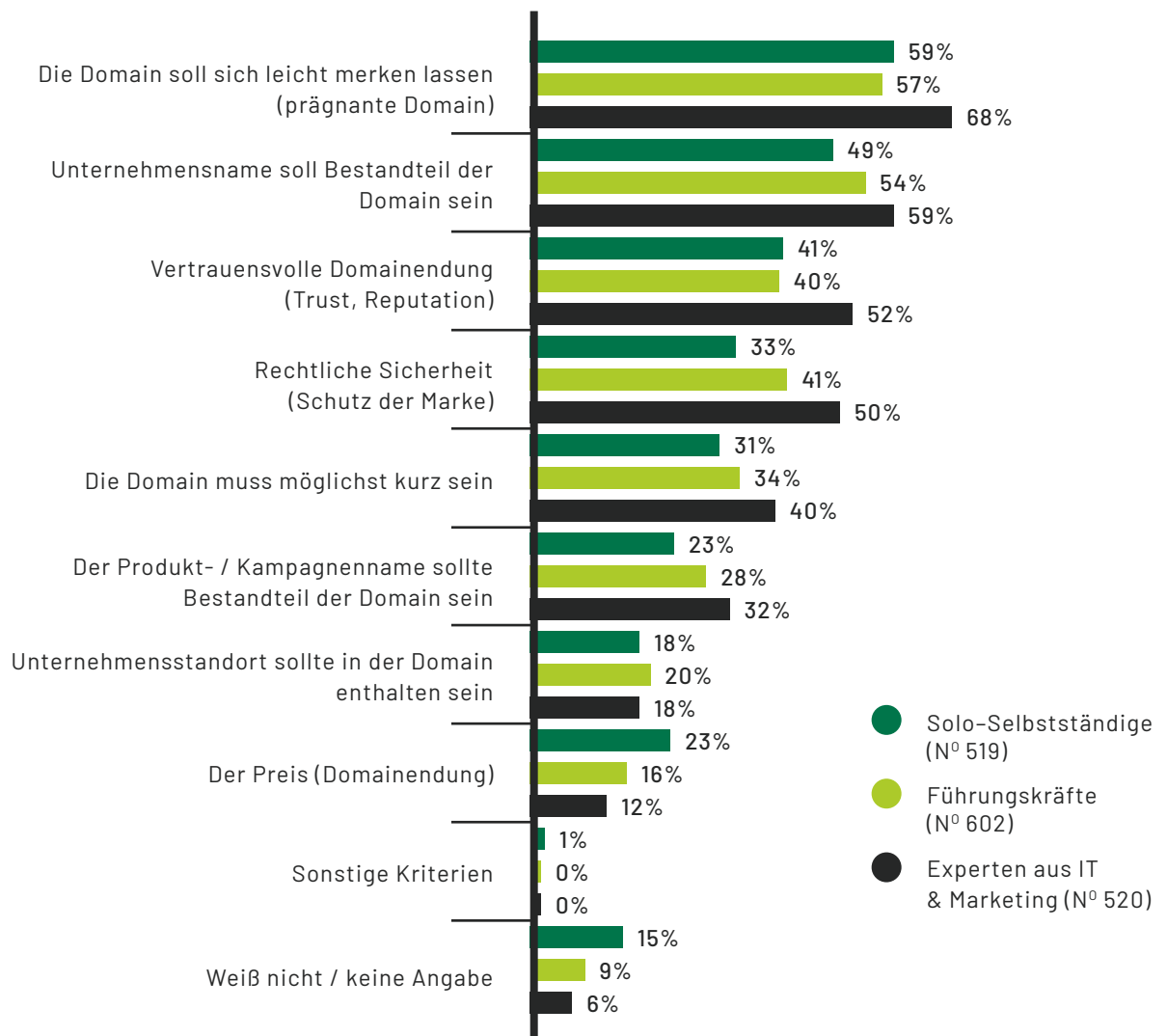
# RECHTLICHE SICHERHEIT & REPUTATION: DAS STEHT FÜR IT- UND MARKETING-EXPERTEN IM FOKUS

Für die Befragten spielen bei dem Domainnamen zwei Aspekte eine entscheidende Rolle:

**01 Die Domain sollte prägnant und leicht zu merken sein. (61 Prozent)**

**02 Der Unternehmensname sollte Bestandteil der Domains ein. (54 Prozent)**

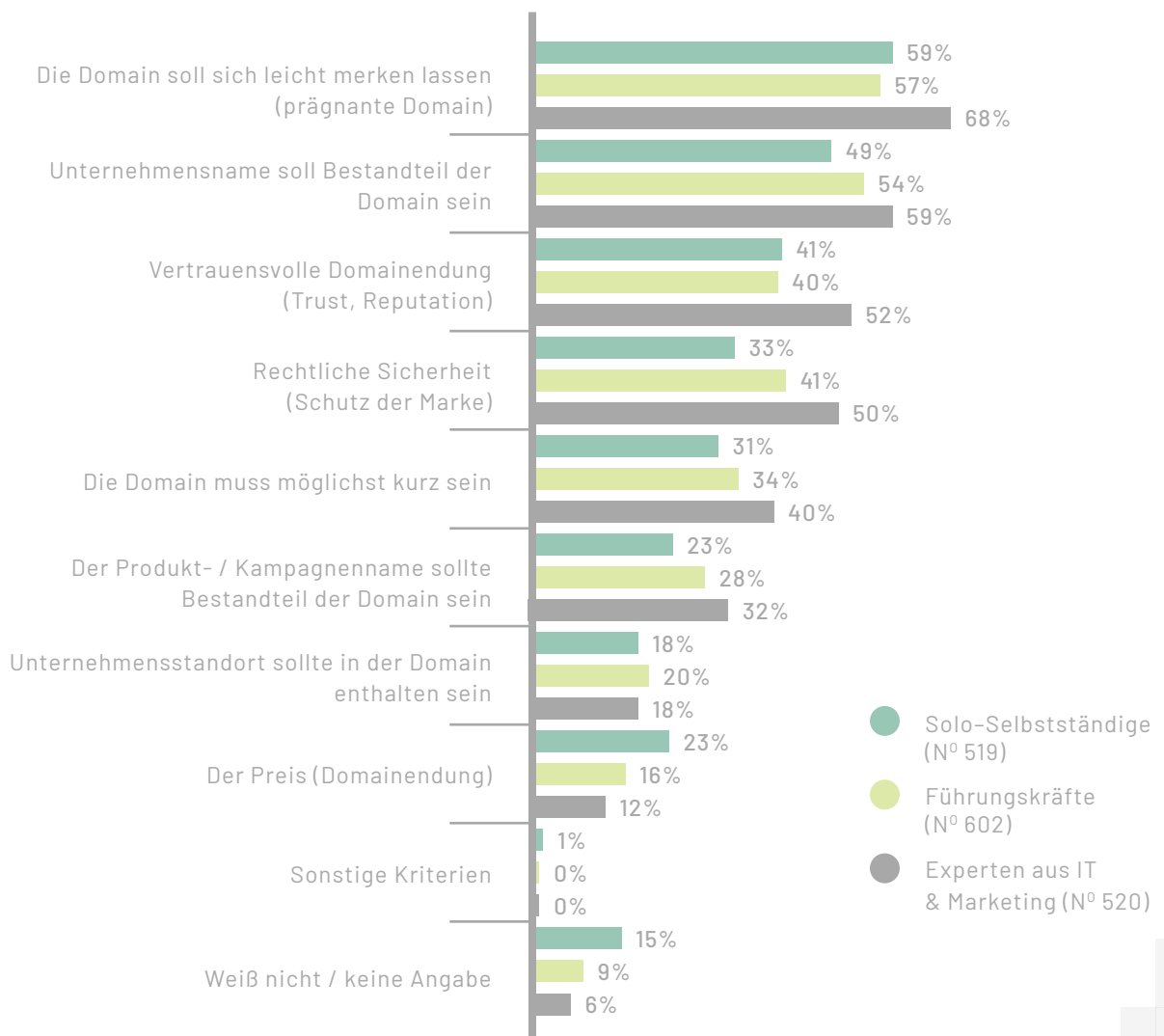
Untergeordnete Rollen spielen der Unternehmensstandort (19 Prozent) sowie der Preis (17 Prozent).



## RECHTLICHE SICHERHEIT & REPUTATION: DAS STEHT FÜR IT- UND MARKETING-EXPERTEN IM FOKUS

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

**„Die Herausforderung besteht darin, ein prägnantes Naming trotz der Vielzahl an vergebenen Domains zu finden. Ist die Wunschdomain vergeben, kann diese zurückgekauft werden. Wie der Kauf am besten organisiert wird, finden Sie in unserem Ratgeber ab Seite 32.“**



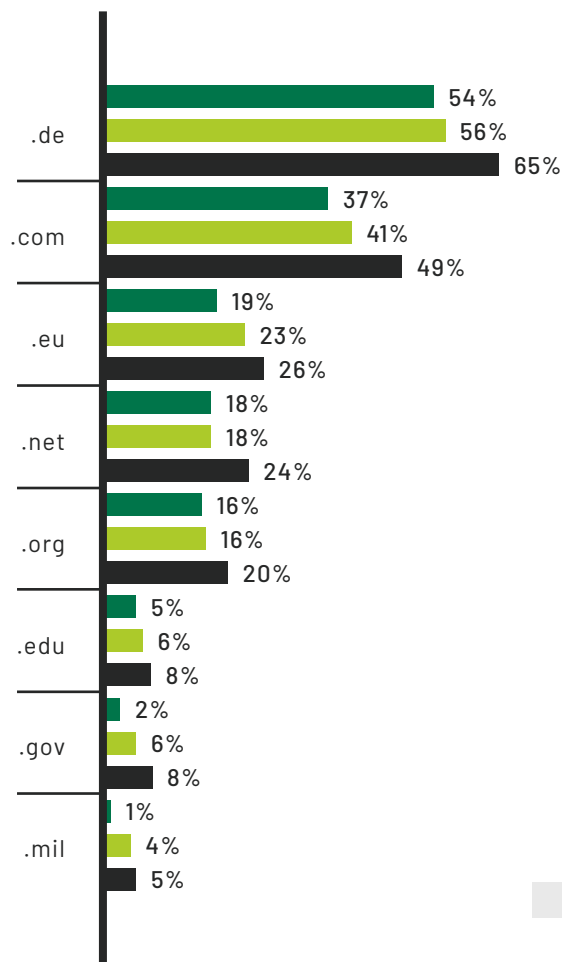
## DOMAINENDUNGEN: GRENZENLOSE MÖGLICHKEITEN?!

Ist der Name für die Domain definiert, fehlt noch ein Schritt zur Registrierung: Welche Endung soll meine Domain haben? Jede TLD hat dabei ihre Vorteile und Einsatzmöglichkeiten. Auch der Faktor „Bekanntheit“ spielt hier eine Rolle. **Fünf klassische Domainendungen sind bei etwa drei Vierteln der Befragten bekannt.** Dazu zählen .com (80 Prozent), .net und .de (beide 79 Prozent), .org (77 Prozent) sowie .eu (74 Prozent).

### ” (Domain-)Ende gut – Erfolg gesichert

Bei der Verwendung der Domainendung kommt nur eine auf über 50 Prozent: die für Deutschland stehende Top-Level-Domain .de mit 58 Prozent. Mit mehr als 17 Millionen registrierten Domains ist sie die drittgrößte der Welt.<sup>8</sup> Im Ranking der Beliebtheit landen .com (43 Prozent), .eu (23 Prozent), .net (20 Prozent) und org. (17 Prozent) deutlich hinter der deutschen Endung. **Experten aus IT und Marketing sind deutlich häufiger bereit, eine Alternative zu der beliebten .de-Endung zu wählen.**

- Solo-Selbstständige (N<sup>o</sup> 519)
- Führungskräfte (N<sup>o</sup> 602)
- Experten aus IT & Marketing (N<sup>o</sup> 520)



<sup>8</sup>[https://www.verisign.com/en\\_US/domain-names/dnib/index.xhtml?section=tlds](https://www.verisign.com/en_US/domain-names/dnib/index.xhtml?section=tlds)



## GENERISCH ODER LÄNDERSPEZIFISCH: WORIN UNTERSCHIEDEN SICH DIE DOMAINENDUNGEN?

---

Wo liegen die Vorteile der unterschiedlichen Endungen? Hier eine Übersicht:<sup>9</sup>

### *Vorteile von länderspezifischen Domainendungen:*

- *Der Webauftritt kann auf ein bestimmtes Land ausgerichtet werden.*
- *Höheres Vertrauen der Webseitenbesucher gegenüber dem Anbieter.*
- *Vorteile im Bereich der Search Engine Optimization (SEO).*

Demgegenüber stehen auch Nachteile. Für Anbieter, die ein internationales Publikum ansprechen möchten, ist eine länderspezifische Domainendung nicht empfehlenswert.

### *Vorteile von generischen Domainendungen:*

- *Aufgrund der Vielzahl an Endungen aus dem Pool der generischen Top-Level-Domains (gTLDs) oder der neuen Top-Level-Domains (New gTLDs) stehen deutlich mehr mögliche Domainnamen zur Verfügung als bei den länderspezifischen Domainendungen.*
- *Weniger strenge Vergaberichtlinien.*
- *Leichtere Möglichkeiten der Internationalisierung durch länderungebundene Domainendung.*
- *Expertentipp von DomainFactory:*

*„Die Entscheidung für eine länderspezifische oder generische Domainendung ist immer individuell zu betrachten. Dabei spielen die Zielgruppe, das Geschäftskonzept und die Verfügbarkeit die zentrale Rolle.“*

<sup>9</sup><https://www.hosttest.de/artikel/laenderspezifische-oder-1284.html>

## DER TLD-TREND: WELCHE DOMAINENDUNGEN SIND IM KOMMEN?

---

Die Studie wirft auch einen Blick in die Zukunft. **Demnach wird die Bedeutung der europäischen Endung .eu nach Einschätzung der Befragten zunehmen:** Rund jeder Fünfte von ihnen glaubt an eine steigende Relevanz dieser Endung (19 Prozent). Aktuell wird diese TLD<sup>10</sup> für rund 3,7 Millionen Webseiten verwendet.

Die Auswahl an generischen TLDs hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Zu den ursprünglich rund 20 gTLDs für Webseiten sind seit dem Jahr 2013 über 1.200 neue Domainendungen hinzugekommen.

*Das sind die größten Vorteile der neuen gTLDs im Überblick:*

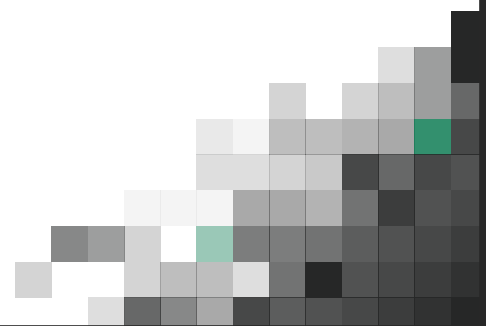
- **Lokaler Bezug** durch Domainendungen wie *.berlin* möglich.
- **Call-to-Action-Ansatz** bzw. **klare Kommunikation** der Absicht der Webseite (z. B. *.shop*).
- **Hoher Wiedererkennungswert** durch individuelle Gestaltung.

Eine der beliebtesten **neuen generischen Top-Level-Domains (gTLD)** ist die **.info-Endung (65 Prozent)**, die besonders von Führungskräften geschätzt wird. Dahinter folgen *.shop* (41 Prozent), *.group* (32 Prozent), *.gmbh* (31 Prozent), *.business* (29 Prozent), *.company* (28 Prozent) sowie *.international* (25 Prozent).

- **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Dank der neuen Domainendungen sind nun wieder wesentlich kürzere Internetadressen möglich. Sie decken unterschiedliche Themen und Branchen ab, darunter Handel und Finanzen, Essen und Trinken, Reisen, Bildung, Lifestyle und Technologie. Der Vorteil: Kürzere URLs lassen sich leichter merken und eintippen.“*

<sup>10</sup> <http://www.iana.org/domains/root/db/eu.html>



## NEUE DOMAINENDUNGEN WERDEN IN NAHER ZUKUNFT EINE IMMER GRÖßERE ROLLE SPIELEN

---

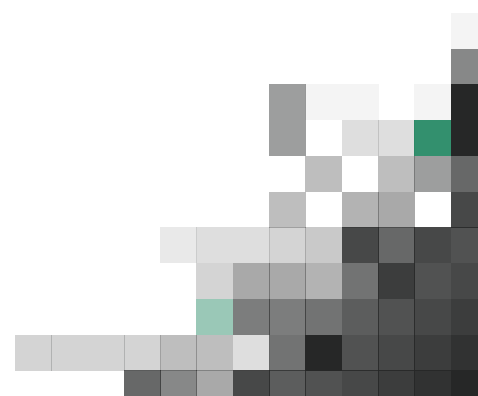
Die meisten Befragten prognostizieren nicht für .info (10 Prozent), sondern **für .shop (12 Prozent) eine höhere Bedeutung**. Der Trend bestätigt das: Gehörte .info vor rund zehn Jahren mit mehr als acht Millionen registrierten Domains noch zu den beliebtesten TLDs, sind es heute nur noch zwischen fünf und acht Millionen.<sup>11</sup> Endungen wie .shop bieten gerade für Shop-Anbieter ein großes Potenzial. Die speziellen Online-Shop-Domains signalisieren die Kaufmöglichkeit sehr deutlich. Ähnlich sieht es bei weiteren neuen Endungen aus. Wer eine Webseite für eine Group oder eine GmbH registriert, sollte es definitiv in Betracht ziehen, auch die Endung .group oder .gmbh auszuwählen. Schon an der Domainendung lässt sich die Funktion der Webseite erkennen. Ist es ein Shop (.shop), ein Blog (.blog), ein Informations-/Service-Portal (.info) oder eine Unternehmensseite? Dieses Alleinstellungsmerkmal sollte nicht verpasst werden.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen: Solche Endungen werden in naher Zukunft eine immer größere Rolle spielen: **Für über ein Drittel sind sie bereits heute interessant (35 Prozent).**  
**Tendenz: steigend.**

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Domainendungen mit Branding ermöglichen nicht nur einzigartige Kombinationen, sie werden zum Teil der Marketingstrategie – eine Art Logo mit Wiedererkennungswert. Ob eine geografische Verortung wie .berlin, eine branchenorientierte wie .versicherung oder eine inhaltliche wie .shop – schon beim Lesen der Internetadresse erkennen die Nutzer, worum es geht.“*

<sup>11</sup><https://domain-recht.de/domain-registrierung/domain-statistik/statistik-info-steckt-in-der-wachstumsdelle-62839.html>





# K#06 RATGEBER: BELEGT = VERLOREN?

## RATGEBER: BELEGT = VERLOREN? DAS KÖNNEN SIE TUN, WENN IHRE WUNSCHDOMAIN VERGEBEN IST

Inzwischen ist die Anzahl an freien Domains mit populären Endungen wie .de oder .com stark eingeschränkt. Ist die Wunschdomain nicht verfügbar, gibt es verschiedene Optionen: **43 Prozent der Studienteilnehmer würden einen anderen Domainnamen wählen.** Weniger als ein Drittel würde die Domainendung wechseln. **12 Prozent würden den aktuellen Besitzer der Domain kontaktieren und versuchen, ihm die Domain abzukaufen.**

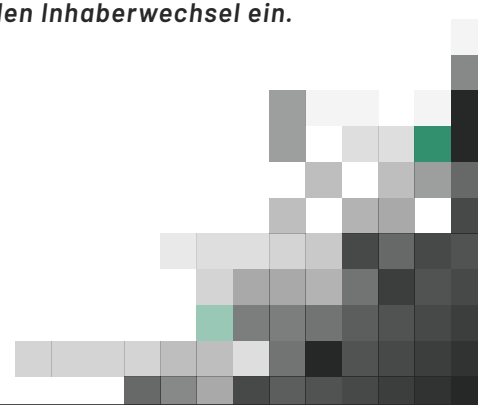
Dabei ist die letzte Option die nachhaltigste, denn dadurch werden spätere Verwechslungen verhindert. Sollte die Wunschdomain mit .net statt .de registriert werden, könnten potenzielle Kunden von einer .de-Endung ausgehen und bei der anderen Seite landen.

→ **Expertentipp von DomainFactory:**

*„Nicht hinter jeder vergebenen Domain befindet sich auch eine Webseite. Im Netz gibt es eine Vielzahl von Domain-Händlern, die vielversprechende Wortkombinationen unter den beliebtesten Endungen registrieren, um sie gewinnbringend zu verkaufen.“*

**Die Wunschdomain kaufen: So geht's!:**

- 01 Domain-Inhaber finden:** Bei einer Webseite, die bereits online zu finden ist, geht das über das Impressum. Ist sie im Internet nicht zu finden, muss die Datenbank der Domain-Name-Registry genutzt werden.
- 02 Budget festlegen:** Bevor die Kontaktaufnahme mit dem aktuellen Inhaber erfolgt, sollte definiert werden, was einem der Kauf der Domain am Ende wert ist. Entscheidend dabei sind der eigene mögliche Profit und der des aktuellen Inhabers.
- 03 Verhandlungen führen und Kauf abschließen:** Beim Kauf einer Domain finden Verhandlungen statt. Nur selten gibt es einen fixen Preis. Ist eine Einigung erzielt, gilt es, den Domaintransfer in die Wege zu leiten.
- 04 Domain transferieren:** Im Anschluss muss der aktuelle Domain-Inhaber seine Nutzerrechte abgeben, damit der Käufer diese übernehmen kann. Es wird also der bestehende Domain-Vertrag gekündigt und der neue Inhaber wechselt direkt selbst oder leitet den Inhaberwechsel ein.





# K#07 FAZIT— TRENDS IN DER DOMAIN- WELT

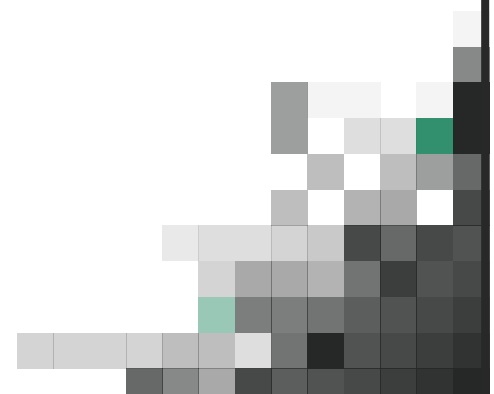


## FAZIT – WEGWEISENDE TRENDS IN DER DOMAINWELT

Wo laufen Markenbekanntheit, Markenschutz und Sicherheit in jedem erfolgreichen Unternehmen der Zukunft zusammen? Die Antwort ist simpel und komplex gleichermaßen: in der Domainstrategie! Die vorliegende Studie zeigt, dass weder Unternehmen noch Selbstständige ihrem Domainmanagement bislang die nötige Relevanz einräumen. Eine strategische Fehleinschätzung, die die Unternehmensmarke schwächen, die Sicherheit im Web gefährden und im schlimmsten Fall Umsatzeinbußen verursachen kann. Jeder **zehnte Befragte** ist bereits **Opfer von Domainmissbrauch** geworden. Das ist nicht verwunderlich, denn 28 Prozent der Studienteilnehmer wissen nicht, wer in ihrem Unternehmen für das Domainmanagement zuständig ist. Für **fast jeden Dritten** ist **Domainmanagement** also noch **kein relevantes Thema**. Wer den digitalen Markt erobern möchte, der befreit das Domainmanagement aus der stiefmütterlichen Ecke der IT-Abteilungen und positioniert sie direkt in der **Chef-Etage**. Selbstständige ohne eigene IT-Abteilung sollten **Expertenhilfe** beim Domainmanagement in Anspruch nehmen und so ihren Webauftritt sichern.

### *Wegweisende Trends in der Domainwelt:*

- *Der **Markenschutz** zählt für **65 Prozent** der Befragten zu den **Top-Gründen einer Domainregistrierung**.*
- *Ein weiterer wichtiger Grund ist **die internationale Ausrichtung** von Unternehmen: Für **38 Prozent** der Befragten sind Domains wichtig für die Internationalisierung, mehr als **jeder Dritte (36 Prozent)** nutzt bereits Domains, die sich international verwenden lassen. Die Endung **.de** ist weiterhin mit **58 Prozent** aktuell die beliebteste Variante, dicht gefolgt von der **.com (43 Prozent)**.*
- *Die **Domainportfolios** von Unternehmen wachsen: Eine Domain ist nicht genug. **30 Prozent der IT- Unternehmen** betreiben bereits **größere Domainportfolios mit mehr als zehn registrierten Domains**. Klassische Unternehmen liegen deutlich zurück. Mit Blick auf den Markenschutz, die zunehmende Internationalisierung der großen Player und die Sicherheit der angelegten Webpräsenzen kann eine Vergrößerung von Domainportfolios prognostiziert werden.*



## DIE DOMAIN IST BEI MARKETINGSPEZIALISTEN BEREITS ALS AKTIVES TOOL IM EINSATZ

**76 Prozent der IT- und Marketing-Experten** sehen die **Markenbekanntheit an erster Stelle**, wenn sie eine Domain registrieren. 58 Prozent nutzen sie sogar aktiv für Online-Werbekampagnen. Einig sind sich die Experten darin, dass die Domain einprägsam sein soll. Die Integration von Produkt- und Kampagnennamen wird jedoch nur bei jedem Dritten in die Überlegungen mit einbezogen.

- *Wenn IT-Spezialisten, Marketing-Experten und die Geschäftsführung gemeinsam eine Domainstrategie entwickeln, dann wird diese langfristig Umsatzpotenziale im Web ausschöpfen und gleichzeitig auch für Sicherheit sorgen.*
- *Luft nach oben gib es bei der Integration in den Werbekampagnen: Domains sollten aktiver im Zusammenspiel mit weiteren Online-Werbemaßnahmen eingesetzt werden.*
- *Die Integration von Produkt- und Kampagnennamen in den Domains schafft einen Wiedererkennungswert und sorgt für langfristige Marketingeffekte.*

### PRAXISTIPP FÜR MARKETING-PROFIS: DOMAINSTRATEGIE ALS WETTBEWERBSVORTEIL

- *Wer die Domainstrategie als integralen Bestandteil der Kommunikationsstrategie behandelt, verschafft sich einen klaren Wettbewerbsvorteil im Web. Nur wer strategisch vorplant, kann wachsen. Das gilt vor allem in der Welt der Domains.*

## ” Die Domainendung als Internationalisierungstool

Insbesondere die befragten Führungskräfte haben das Potenzial von internationalen Domainendungen erkannt. Bereits 72 Prozent sind mit der .eu-Endung, 77 Prozent mit der .com Endung vertraut. 23 Prozent der Führungskräfte denken, dass die .eu-Endung künftig noch relevanter wird. Vor zehn Jahren hatten über 90 Prozent aller deutschen Business-Webseiten eine .de- oder .com-Endung. Heute haben alternative Domainendungen schon einen deutlich höheren Anteil.



## DIE DOMAINENDUNG ALS INTERNATIONALISIERUNGSTOOL

---

### PRAXISTIPP FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE: INTERNATIONAL ERFOLGREICH DURCH VERTRAUENSVOLLE DOMAINS UND EINFLUSSREICHE DOMAINENDUNGEN.

- Für die Zukunft wird sich die Aufmerksamkeit verstärkt auf internationale Domainendungen richten. Zeit also, internationaler zu denken und **Potenziale durch weitere Endungen wie zum Beispiel .eu** auszuschöpfen und auch die Marketing-Experten entsprechend zu sensibilisieren.
- **Userfreundliche Endungen** wie .blog, .shop, .info liegen im Trend. Ihre User werden es Ihnen danken: Mit Blick auf die Endung können sie sofort erkennen, ob es sich um einen Online-Shop (.shop), eine informative Website (.info) oder eine Unternehmensseite (.company) handelt.
- **Enger Austausch mit der IT-Abteilung ist nötig:** Die IT-Experten sind mit den .net und .eu Domainendungen noch besser vertraut und können mit ihrem wertvollen Wissen Hilfestellung in Sachen Domainstrategie geben.

### ” Cybersecurity – Domainpiraterie bannen, bevor sie passiert

Nur **35 Prozent** der Befragten sind von **Domainpiraterie verschont** geblieben. Fünf Prozent gaben sogar an, bereits mehrfach Opfer von Domainpiraterie zu sein. Insbesondere Selbstständige (45 Prozent) haben noch keine Piraterie-Attacks (bewusst) erlebt.

### PRAXISTIPP FÜR SELBSTSTÄNDIGE UND IT-EXPERTEN: VERTRAUEN IST GUT. KONTROLLE IST SICHER.

- Mit **regelmäßigen Monitorings** der Domains können Duplikate mit Vertippern und artverwandte Plagiate schnell aufgedeckt und Markenmissbrauch vermieden werden. Durch Unwissenheit wurden zahlreiche der befragten Studienteilnehmer Opfer von Domainpiraterie.
- Wer seine **Unternehmensmarke bereits geschützt** hat, kann diese rein rechtlich effektiver als Domain ausrollen. Wer das noch nicht gemacht hat, sollte das schnellstmöglich erledigen. Im Zweifel kann eine belegte Domain dann vom aktuellen Besitzer zurückgefordert werden.
- **IT-Experten sollten innerhalb ihres Unternehmens auf etwaige Missstände und die Herausforderungen hinweisen.**

# FORSCHUNGS- DESIGN

—

# FORSCHUNGSDESIGN

---

## **Stichprobe:**

- *1.641 Befragte, davon 519 Solo-Selbstständige, 602 Führungskräfte und 520 Experten aus den Bereichen Marketing und IT*

## **Befragungszeitraum:**

- *08. - 22. November 2021*

## **Runden:**

- *Zur besseren Lesbarkeit wurden die Prozentwerte gerundet. Bei der Summierung der Teilergebnisse kann es dadurch in Einzelfällen zur Abweichung von 100 Prozent kommen.*

## **Methode:**

- *Die Umfrage basiert auf Online-Interviews mit Teilnehmern des YouGov Panel Deutschland.*

## **Hinweis:**

- *Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.*

# QUELLEN- VERZEICHNIS

—

# QUELLENVERZEICHNIS

---

Brandt, M. (2019, 11. April): Rund 349 Millionen Domains weltweit, in: Statista  
Zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <https://de.statista.com/infografik/487/anzahl-der-top-level-domains/#:~:text=Das%20Internet%20besteht%20laut%20der,mehr%20als%20349%20Millionen%20Domains.>

CENTR (2022, 18. Januar): CENTR publishes the CENTRstats Global TLD Report Q3/2021.  
zuletzt abgerufen 23. Februar 2022,

von: <https://www.centri.org/news/news/globalTld-2021Q3.html>

DENIC eG: Über DENIC

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <https://www.denic.de/ueber-denic/aufgaben/>

Google Domains: Die 5 wichtigsten Gründe, mehrere Domainnamen zu unterhalten

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022,

von: [https://domains.google/intl/de\\_de/learn/top-5-reasons-to-get-more-than-one-domain-name/](https://domains.google/intl/de_de/learn/top-5-reasons-to-get-more-than-one-domain-name/)

Hitzelberger, F. (2013, 3. September): Ein Blick hinter die Kulissen von .net, in: Domain-Recht

zuletzt abgerufen 25. Februar 2022

von: <https://domain-recht.de/domain-registrierung/domain-statistik/statistik-ein-blick-hinter-die-kulissen-von-net-63441.html>

Hitzelberger, F. (2012, 12. August): .info steckt in der Wachstumsdelle, in: Domain-Recht

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <https://domain-recht.de/domain-registrierung/domain-statistik/statistik-info-steckt-in-der-wachstumsdelle-62839.html>

HOSTTEST-Redaktion (2017, 20. Februar): Länderspezifische oder generische Domain?, in: Hosttest

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <https://www.hosttest.de/artikel/laenderspezifische-oder-1284.html>

IANA: Delegation Record for .EU.

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <http://www.iana.org/domains/root/db/eu.html>

Koch, M. (2002, 30. September): Landgericht gräbt Domain-Piraten das Wasser ab, in Handelsblatt

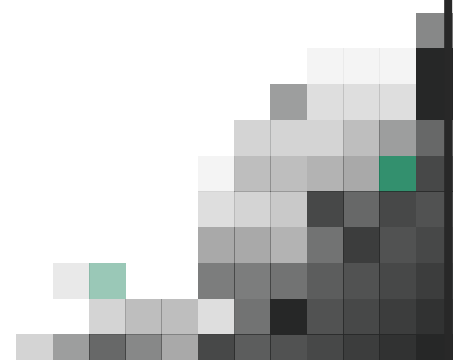
zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: <https://www.handelsblatt.com/archiv/urteil-zur-sperrung-von-internet-namen-landgericht-graebt-domain-piraten-das-wasser-ab/2200422.html?ticket=ST-5631055-qS6qa6fIGmFH2mGgPIgL-ap1>

VeriSign: The Domain Name Industry Brief.

zuletzt abgerufen 23. Februar 2022

von: [https://www.verisign.com/en\\_US/domain-names/dnib/index.xhtml?section=tlds](https://www.verisign.com/en_US/domain-names/dnib/index.xhtml?section=tlds)



# DEMO- GRAFISCHE DATEN —



# DEMOGRAFISCHE DATEN

---

Befragung von 1.641 in Deutschland lebenden Personen, die als Solo-Selbstständige, Führungskräfte oder in den Bereichen IT und Marketing arbeiten.

## Geschlechtsverteilung der Befragten

> 65,33 % männlich, 34,67 % weiblich

## Altersverteilung der Befragten

> 18 bis 24 Jahre: 1,89 %

> 25 bis 34 Jahre: 13,95 %

> 35 bis 44 Jahre: 22,18 %

> 45 bis 54 Jahre: 21,27 %

> 55 Jahre und älter: 40,71 %

## Zielgruppen

> Solo-Selbstständige: 31,63 %

> Führungskräfte: 36,68 %

> IT- und Marketing-Experten: 31,69 %

## Unternehmensgröße

> 2 bis 9 Mitarbeiter: 8,41 %

> 10 bis 49 Mitarbeiter: 10,12 %

> 50 bis 249 Mitarbeiter: 15,30 %

> 250 und mehr Mitarbeiter: 34,55 %

## Umsatz des Unternehmens

> Bis 24.999 Euro: 10,24 %

> 25.000 bis 49.999 Euro: 7,98 %

> 50.000 bis 249.999 Euro: 7,74 %

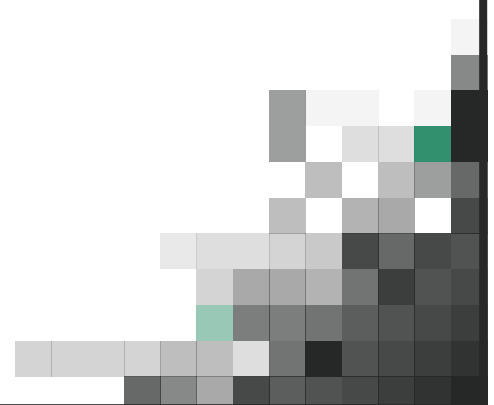
> 250.000 bis 1,9 Mio. Euro: 6,89 %

> 2 Mio. bis 9,9 Mio. Euro: 8,47 %

> 10 Mio. bis 99,9 Mio. Euro: 9,26 %

> 100 Mio. bis 999,9 Mio. Euro: 7,92 %

> 1 Mrd. Euro und mehr: 9,26 %



Pressekontakt  
**Wolf-Dieter Fiege**  
E-Mail  
**presse@df.eu**

Herausgeber:  
domainfactory GmbH  
Oskar-Messter-Str. 33  
85737 Ismaning  
Deutschland  
-  
Tel | +49 89 998 288 031  
Fax | +49 89 1208 8320  
E-Mail | support@df.eu