

WHITEPAPER

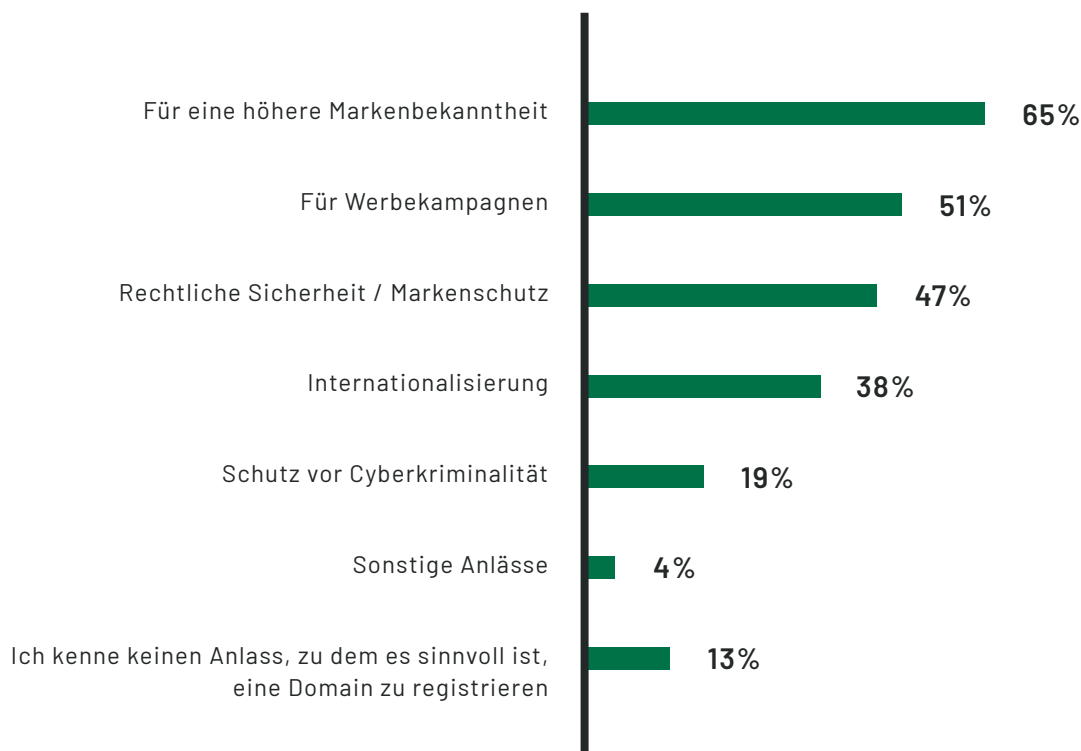
**NUTZEN SIE IHRE  
DOMAIN ALS SMARTES  
MARKETING-TOOL**

**BRANDING EFFEKTE  
& MARKENSCHUTZ**

Egal, ob internationale Unternehmen, Online-Shops oder Solo-Selbstständige: Ohne eigene Domain finden Sie online nicht statt. Über **349 Millionen Domains sind weltweit registriert**, Tendenz: Steigend. Umso überraschender ist es, dass die Domain bislang eher **selten als strategisches Marketing-Tool** eingesetzt wird. Dabei ist eine Domain mehr als eine bloße Adresse im Browser-Fenster. Sie ist der Dreh- und Angelpunkt für jedes Online-Business, erster Anlaufpunkt bei der Suche nach einer Website und gleichzeitig digitale Visitenkarte. Sie gibt potenziellen Kunden ein erstes – und dennoch prägnantes – Bild des Unternehmens. Mit dem richtigen Domainnamen werden Sie sichtbarer im Informationsdschungel und können so gleichzeitig Neukunden anziehen. Zumindest, wenn Sie wissen, mit welchen Schritten Sie sich online langfristig positionieren.

## Branding per Klick liegt im Trend: 2/3 aller Unternehmen registrieren Domains, um ihre Markenbekanntheit zu steigern

65 Prozent der von Domainfactory und dem Marktforschungsinstitut YouGov® befragten Unternehmen beziehen online Position und nutzen ihre Domain, um die Bekanntheit der Marke zu stärken. Jedes zweite Unternehmen nutzt seine URL gezielt, um den Erfolg von Werbekampagnen online zu verstärken. Dicht gefolgt vom Top 3 Grund für die Registrierung einer Domain: dem Markenschutz.



Das bedeutet im Umkehrschluss: mehr als 35% der Unternehmen lassen positive Markeneffekte der URL-Zeile verpuffen und verlieren bares Geld. Es ist also an der Zeit, der Domain die Aufmerksamkeit zu verleihen, die sie verdient.

Damit auch Sie die Potenziale Ihrer Domain ausschöpfen und sich gegen den Wettbewerb abgrenzen, ist es wichtig, Marketing- und Domainstrategie miteinander in Einklang zu bringen. Denn: Eine erfolgreiche (Online-) Marketingkampagne beginnt weit vor den ausgeklügelten SEO-Strategien, den Keyword-optimierten Texten und einem aussagekräftigen Design.

## Mit den folgenden Fragen stecken Sie den Rahmen für Ihr erfolgreiches Domain- und Marketingmanagement:

- **Die Unternehmensziele:**  
*Welches sind die kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Ziele für Ihr Produkte / Ihre Dienstleistungen? Wie können diese Ziele in einer Domainstrategie und in Ihrem Marketingkonzept verankert werden. Unterstützen die bereits angelegten Domains die Strategie?*
  
- **Der Empfänger bestimmt die Botschaft:**  
*Haben Sie bereits einen passenden Marketing-Slogan für Ihr Produkt, gilt es, diesen in die URL zu übersetzen. Denken Sie immer daran, welche Positionierung Sie langfristig anstreben. Mit welchen Keyword-Namings möchten Sie in Erinnerung bleiben? Tipp: Versetzen Sie sich in die Rolle Ihrer Kunden. Hält die Domain, was sie verspricht? Oder gibt es sogar Assoziationen, an die Sie bislang nicht gedacht haben?*
  
- **Der Domainname:**
  - ...ist einprägsam und leicht zu merken.*
  - ...ist kreativ und grenzt sich originell vom Wettbewerb ab.*
  - ...ist auch international verwendbar und aussprechbar.*
  - ...enthält Ihren Unternehmensnamen 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.*

” **Tipp:** Damit Ihr Domainname ein voller (Marketing-) Erfolg wird, beachten Sie mindestens 3 Aspekte der Checkliste.

Fortsetzung auf Seite 04

→



- **Die Domain-Endung:**  
*Kurze Endung mit Aha-Effekt - Mit der Wahl der Domain-Endung positionieren Sie sich. So können Sie beispielsweise Ihren Webauftritt auf ein bestimmtes Land ausrichten und sich mit der länderspezifischen URL gleichzeitig SEO-Vorteile verschaffen. Oder aber, Sie wählen eine generische URL und haben (insbesondere mit den neuen generischen Domainendungen) ein breiteres Spektrum an möglichen Domainnamen zur Verfügung. Die länderungebundene Domainendung ist leichter zu handhaben. Überlegen Sie sich bei der Wahl der Domainendung aber auch, ob Sie mit Ihrem Unternehmen zu einem späteren Zeitpunkt international auftreten möchten. In diesem Fall empfehlen sich international etablierte Domainendungen wie .com, .org, .eu etc.*
- **Das Domainportfolio:**  
*Eine gute Nachricht für alle, die sich nicht kurzfassen können oder wollen - ein wachsendes Domainportfolio ist Pflicht. So können Sie mit verschiedenen Domain-Endungen, aber auch mit Subdomains Ihre Marke noch bekannter und vor allem sichtbarer im Netz machen. Eine klare Struktur aus Haupt- und untergeordneten Domains schafft eine Übersichtlichkeit für Sie und Ihre Nutzer.*

” Der wichtigste Tipp für eine erfolgreiche Domainstrategie, die sich auch im Marketing auszahlt: Erklären Sie das Domainmanagement zur Chefsache und binden Sie Ihre IT-Experten für den technischen Support, die Marketing-Kollegen für das kreative Know-How und auch die Finanzabteilung für eine Kosten-Nutzen-Kalkulation mit ein. Nur wenn Ihr Domainmanagement aus einem internen Dialog entsteht, erreichen Sie auch die richtigen Kunden im Außen.

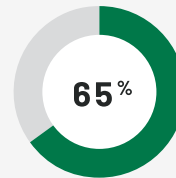




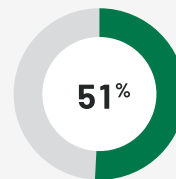
Eine Domain ist Pflicht, mehrere Domains sind die Zukunft. Wer sich mehrere Domains für sein Produkt bzw. die angebotene Dienstleistung sichert, schützt seine Präsenz und stärkt gleichzeitig das Branding.



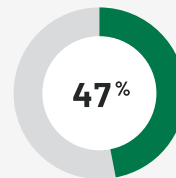
## Gründe für die Nutzung einer Domain



Markenbekanntheit



Werbekampagnen



Markenschutz

# IHRE DOMAIN ALS MARKETINGTOOL



## Der Domainname...

- ...enthält Ihr Unternehmen und/oder wichtige Keywords.
- ...lässt Rückschlüsse auf die jeweilige Produkt- und/oder Branchenkategorie zu.
- ...lässt Spielräume für eine spätere Ausweitung Ihrer Services und Produkte zu.

### ” Expertentipp von DomainFactory:

„Webseitenbetreiber handeln nachhaltig, wenn sie ihre Domain in die Marketingstrategie integrieren. Gleichzeitig können sie die Marke sichern und vor Wettbewerbern schützen.“

MARKENNAME



marke-produkt.com