

KLUGE TIPPS ZUR CLEVEREN DOMAINWAHL

Bevor Sie für Ihre Firma oder berufliche Tätigkeit eine eigene Internetadresse bzw. *Domain* festlegen, lesen Sie hier meine Hinweise zur cleveren Domainwahl, um die Chancen zu erhöhen, im Internet gut gefunden zu werden. Auch zum Wettbewerbsrecht und zum modernen Marketing sollten Sie die folgenden Tipps beherzigen. Sie brauchen sich keinen ganzen Zoo von ähnlichen Domains anzulegen, denn das ist sowohl technisch als auch für den Wettbewerb unsinnig - und rausgeschmissenes Geld.

b°

Merkfähige Domain für Kunden

Wählen Sie eine Internetadresse, die man sich merken kann, die kurz ist und deren Schreibweise man nicht wiederholt erklären muss. Sie sollte einzilig auf eine Visitenkarte passen und auch am Telefon merkfähig sein. Im besten Fall ist sie identisch mit Ihrem (Firmen)Namen und hebt sich eindeutig von Konkurrenten ab. Tipp: Einzeldienstleister müssen sich nicht hinter einem Kunstnamen verbergen, sondern können mit ihrem eigenen Nachnamen auftreten. Das schafft Vertrauen, Transparenz und Seriösität.

01

Geben Sie testweise Ihren (Firmen)Namen in der **Google-Suchmaske** ein. Wenn sehr viele ähnliche Firmen aufgelistet werden, wäre das nachteilig, denn je mehr leicht verwechselbare Domains es gibt, desto mehr Mühe haben Ihre Webbesucher, unter den Namensvettern Ihre Website ausfindig zu machen. Viele verirren sich. Achten Sie daher unbedingt auf eine eindeutige Abgrenzung zu anderen. Je klarer also eine Webadresse erkennbar ist, desto besser.

Schlüsselbegriff integrieren

Begriffe sind bei der Internetsuche enorm wichtig. Wenn jemand *Apfelsaft* sucht, werden bei Google vorrangig die Domains angezeigt, die das Wort *Apfelsaft* enthalten. Der wesentliche Schlüsselbegriff, der auf Ihr Angebot zutrifft, sollte also in der Internetadresse enthalten sein. Drei Beispiele:

02

- www.muellermeier-architekt.de (Schlüsselbegriff „Architekt“)
- www.saftundobst.de (Schlüsselbegriffe sind die Produkte, die verkauft werden)
- www.yachtausbau-bodensee.de (Schlüsselbegriffe „Yachtausbau“ und „Bodensee“)

Taktik mit zwei Domains

Manche Schlüsselbegriffe sind schon extrem überlaufen, und manche tolle Namensidee hat Ihnen schon längst die Konkurrenz weggeschnappt. Greifen Sie einfach zur Taktik mit zwei Domains, eine offizielle für Ihre Kunden und eine verborgene für Suchmaschinen. Beide Webadressen führen natürlich zur selben Website! Hier ein Beispiel für *Architekt Müllermeier*:

03

- www.muellermeier.de

Die erste Domain wird offiziell bekannt gemacht, ist kurz und perfekt für die Kunden. Der Eigenname ist rechtlich nicht zu beanstanden und auch noch nicht belegt.

- www.architekturbüro-altbaumodernisierung-recklinghausen.de

Die zweite Domain ist speziell für Suchmaschinen. Die Schlüsselbegriffe sind viel zu lang, um sie den Kunden zuzumuten, aber technisch gut auswertbar, weil diese Domain ja ebenfalls zur Website von *Architekt Müllermeier* führt.

Es gibt eine Vielzahl an Providern, bitte nutzen Sie die Empfehlungen der Fachpresse. Hier folgt eine kleine Auswahl (*unverbindlich und ohne Gewähr*)

www.all-inkl.com

Neue Medien Münnich, bester Support, mehrfach Testsieger, speziell Datenbanken für CMS

www.hosteurope.de

Hosteurope, gut gestaffelte Webhosting-Pakete, kostengünstig, ebenfalls Testsieger in Fachmedien

www.hetzner.de

Hetzner, gute Leistung zum guten Preis, solide, kundenfreundlicher Support

Die passende Endung

Eine Domainadresse mit der Endung *.de* gilt für Deutschland und ist naheliegend. Weitere Endungen *.com* für *commercial* und *.info* und *.eu* sind ebenfalls geläufig. Aber VORSICHT: Wenn z.B. eine Konkurrenzdomain schon mit *.de* vergeben ist, rate ich dringend davon ab, einfach eine andere Endung zu benutzen (*.com* oder *.eu*), denn das kann rechtlich zu schmerzhaft hohen Geldstrafen führen. Bitte beachten Sie das Urheberrecht und den Markenschutz!

04

DENIC – Domain prüfen

Sie haben eine gute Internetadresse für sich erdacht, die bei Google noch nicht vorhanden ist. Nun testen Sie bei www.denic.de in der kleinen Suchmaske rechts oben, ob Ihre Wunschadresse noch frei ist. DENIC ist die zentrale Registrierung für alle deutschen Internetseiten, dort sind auch die Betreiber der gemeldeten Domains eingetragen. Bitte nur nachschauen, NICHT dort anmelden!

05

Domain mit Webpaket buchen

Die Anbieterfirmen, die Speicherplatz für Websites vermieten, nennt man *Provider*. Dort können Sie Ihre *wunschdomain.de* ebenfalls testen und gegen 99 Cent monatliche Gebühr exklusiv für sich registrieren lassen. Gegen Aufpreis gibt es auch *.info .com .net .eu* und noch weitere Endungen als sogenannte Zusatzdomains. Tipp: Buchen Sie gleich in einem Paket die gewünschte(n) Domain(s) und den Speicherplatz für Ihre geplante Website. Die Angebote sind vielfältig; man spricht von „*Webpaketen*“ oder „*Hostingvertrag*“. Welches Paket für Sie optimal passt, dazu kann ich Sie fundiert beraten. Siehe auch die PDF [ERSTE SCHRITTE](#)

06

Nun schließen Sie persönlich einen Vertrag mit einem Provider ab und erhalten alle wichtigen Zugangsdaten. Die FTP-Zugangsdaten mit FTP-Benutzernamen und FTP-Passwort werden zur Erstellung der Website von der Designerin benötigt, um die Dateien sicher und geschützt auf dem Server abzulegen. Mit Ihrem eigenen Hostingvertrag behalten Sie die Kontrolle!

- *Web-Server* = Hochleistungsrechner, der Dateien speichert, schützt und ins Netz gibt
- *Providerfirmen* = Anbieter, die Speicherplatz auf ihren eigenen Servern vermieten
- *Webspace* = Speicherplatz für die Websitedateien gegen monatliche Gebühren
- *Hostingvertrag* = engl. beherbergen, Miet- und Servicevertrag mit Provider
- *Webpaket* = Speicherplatz inklusive Domaingebühr und E-Mailadressen



Eine Kundeninformation von Marion Brandes
Webdesign. Grafikdesign. Illustration
www.marion-brandes.de