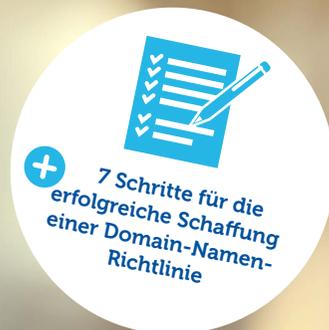




Domain-Namen-Richtlinie

Nur wenige Unternehmen haben bisher eine schriftliche Richtlinie für Domain-Namen. Sie ist die Voraussetzung dafür, dass alle Mitarbeiter, Manager und Zulieferer die wichtigen Fakten zum Domain-Namen-Management kennen. So sind sie besser in der Lage, die Marken des Unternehmens auf disziplinierte und verantwortungsvolle Weise online abzusichern, zu bewerben und zu schützen. Mit dem siebenstufigen Verfahren von CSC können auch Sie zur wachsenden Anzahl der Unternehmen gehören, die die vollständige Kontrolle über ihre Domains haben.



Warum brauchen Sie eine Domain-Namen-Richtlinie?

Weil sie die richtigen Personen in die Lage versetzt, die besten Entscheidungen für Ihr Unternehmen zu treffen. So können Sie Chancen in der digitalen Sphäre nutzen – wie etwa die neuen generischen Top-Level-Domains (gTLDs) – und zugleich die Verwaltungskosten senken und Risiken durch Betrug und Cyber-Kriminalität reduzieren.



1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie

Die Person, welche die Richtlinie verwaltet, sollte die Ziele gemeinsam mit den drei Abteilungen festlegen, die die maßgeblichsten Interessen haben: Marketing, Rechtsabteilung und IT. Die Ziele sollten konkret und messbar sein, beispielsweise: „Kosten und Aufwand für die Wiederbeschaffung von Domains senken“ oder „Allen Geschäftsbereichen Online-Zugang zu relevanten Domains und Daten ermöglichen“. Die Richtlinie wird umso nützlicher und relevanter sein, je besser sie die von allen Beteiligten beigesteuerten Informationen und ihre gemeinsame Perspektive reflektiert.



1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest

Am effektivsten lassen sich Kosten senken und Risiken reduzieren, wenn die Details der täglichen Arbeit unter die Lupe genommen werden. Wir empfehlen beispielsweise, in die Richtlinie eine Bestimmung aufzunehmen, nach der bei jeder öffentlichen Anmeldung einer Marke oder Absichtsäußerung zum Erwerb eines Namens / einer Marke aus strategischen Gründen die entsprechenden Domain-Namen registriert werden müssen. So kann verhindert werden, dass Trittbrettfahrer gefragte Domains „vorausgehend“ registrieren.



1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie

Was möchten Sie in der digitalen Sphäre erreichen? Wollen Sie Ihre Marke schützen? Für sie werben? E-Commerce betreiben? Informationen verbreiten? Oder mehrere dieser Ziele verbinden? Eine klare Domain-Strategie erleichtert es Ihnen, Ihre Richtlinie optimal auf Ihr Unternehmen abzustimmen.

Wenn es Ihnen beispielsweise vorrangig um Werbung für Ihre Marke und Umsatzgenerierung geht, ist es wichtig zu wissen, wie Interessenten online nach Ihrer Marke suchen. Dazu muss Ihre Domain-Strategie mit Ihrem SEO-Programm verknüpft sein. Dieser Punkt wird durch die neuen gTLDs noch einmal verstärkt, mit denen Ihr Portfolio um eine zusätzliche Komponente erweitert wird. Heute muss jede Domain-Strategie die Frage beantworten, welche markenspezifischen oder generischen neuen gTLDs registriert oder beobachtet werden sollen.

CSC empfiehlt allen Unternehmen die folgenden Maßnahmen zur Optimierung ihrer Domain-Strategie:

- Überprüfen und optimieren Sie die DNS- und SSL-Konfigurationen für Ihre Domain-Namen, um Sicherheitsrisiken zu begrenzen und die Auflösung Ihrer Website-Domain zu optimieren.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre digitale IP-Adresse zentral verwaltet wird, auf relevante Inhalte verweist und dass Zahlen zur Wirkung Ihres Online-Auftritts erfasst werden. Diese Analyse muss das gesamte Spektrum Ihrer Online-Ressourcen abdecken – von Domains über Social-Media-Kennungen und E-Mail-Adressen bis zu mobilen Apps und QR-Codes.
- Lassen Sie wertlose Domains verfallen und prüfen Sie die Veräußerung generischer Domains, die einen Wert haben und nicht relevant für Ihren Markenkern sind.
- Ermitteln und registrieren Sie verfügbare Domains (einschließlich neuer gTLDs) und Social-Media-Kennungen, die für Ihre Marke ein hohes Potenzial besitzen bzw. ein großes Risiko darstellen – also solche, die hohen Besucherverkehr versprechen oder bei denen eine Rechteverletzung erhebliche Auswirkungen hätte.
- Überprüfen und beobachten Sie den Namensraum, um schwerwiegende Rechteverletzungen bei Mobil-Apps, Social-Media-Websites, Suchanfragen, Domain-Namen, Affiliate-Links und in der E-Mail-Kommunikation aufzuspüren.
- Legen Sie Prioritäten für Ihre Markenrechte fest und sorgen Sie mit Unterlassungsaufforderungen, Verfahren nach der Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP), dem Digital Millennium Copyright Act (DMCA) und vergleichbaren Instrumenten für deren Durchsetzung. Messen Sie anschließend die Auswirkungen.



1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu

Wer wird die Richtlinie umsetzen? Um diese Frage zu beantworten, sollte Ihre Richtlinie unbedingt eine Organisationsstruktur beinhalten, die einen Leiter benennt und klar festlegt, wer für bestimmte Aufgaben zuständig ist – etwa für Administration und für Sicherheit. Wenn Sie für die Erledigung mancher Aufgaben auf externe Dienstleister zurückgreifen, sollten Sie diese gegebenenfalls auch in die Organisationsstruktur einbeziehen.



7 Schritte für die erfolgreiche Schaffung einer Domain-Namen-Richtlinie

1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Legen Sie ein Budget fest

Bestimmte Aspekte Ihrer Domain-Namen-Richtlinie sind mit Kosten verbunden, etwa die Registrierung und Beobachtung von Domains und das Durchsetzen von Rechten. Sie müssen entscheiden, wo Budget-Gelder aus verschiedenen Abteilungen gebündelt werden können und ob gegebenenfalls die Beschaffung zusätzlicher Mittel erforderlich ist. In diesem Fall kann eine gute Domain-Namen-Richtlinie einen überzeugenden Business Case darstellen.



7 Schritte für die erfolgreiche Schaffung einer Domain-Namen-Richtlinie

1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Standardisieren Sie

Standardisierung ist die beste Voraussetzung für eine nachhaltige und skalierbare Domain-Namen-Richtlinie. Definieren Sie zunächst WHOIS-Vorlagen für alle Domain-Namen im Besitz des Unternehmens und seiner Geschäftsbereiche. So stellen Sie sicher, dass niemand beim Ausscheiden aus dem Unternehmen firmeneigene Domain-Namen stehlen oder in Beschlag nehmen kann. Weiterhin sollten Sie Verteilerlisten für Anforderungen oder Mitteilungen Ihres Registrars, Ihrer Registry, Ihrer Beauftragten für Streitbeilegung und weiterer Dienstleister erstellen und veröffentlichen. Damit verhindern Sie, dass ein Ausfall an einer einzigen Stelle Ihre Kommunikationskette unterbrechen kann. Ein zentraler Ablagebereich für spezielle Ressourcen wie WHOIS-Abfragen, Routenverfolgungen und Domain-Namen-Formulare erleichtert die einheitliche und sichere Bearbeitung aller Fragen im Zusammenhang mit Domain-Namen.



7 Schritte für die erfolgreiche Schaffung einer Domain-Namen-Richtlinie

1 Definieren Sie die Ziele Ihrer Richtlinie 

2 Legen Sie Verfahrensweisen für den Arbeitsalltag fest 

3 Entscheiden Sie sich für eine Domain-Strategie und optimieren Sie sie 

4 Weisen Sie Funktionen und Verantwortungsbereiche zu 

5 Legen Sie ein Budget fest 

6 Standardisieren Sie 

7 Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest 

Legen Sie das Berichterstellungs- und Prüfverfahren fest

Um zu gewährleisten, dass die von der Richtlinie betroffenen Seiten effektiv miteinander kommunizieren, sollten Sie klarstellen, welche Art von Berichten es gibt, wie häufig sie erstellt werden und wer dafür zuständig ist. Ein typisches Beispiel für einen Bericht wäre etwa eine vierteljährliche Überprüfung des Portfolios, aus der hervorgeht, welche Domain-Namen demnächst auslaufen.

Und schließlich sollten Sie auch regelmäßige Termine zur Überprüfung der Domain-Namen-Richtlinie selbst ansetzen, um sie auf dem neuesten Stand zu halten. Solche Überprüfungstermine sind für die Beteiligten ein geeigneter Rahmen, um festzustellen, ob die Richtlinie die gewünschte Wirkung erzielt, ob sie robust genug ist oder ob sie um neue Bestimmungen erweitert werden muss.