

Starten Sie mit eigener Domain-Endung durch

Schon bald können sich Firmen wieder um ihre eigene Marken-Domain (Internetadresse ohne .com oder .at) bemühen und dadurch diese sehr aussagekräftige Branding-Möglichkeit nützen.

WIEN. Neben geografischen Top-Level-Domains (geoTLDs) sind es vor allem Marken-TLDs, die seit der ersten Vergaberunde 2012 die digitale Kommunikation mitgeprägt haben.

Für eine Vielzahl von Unternehmen weltweit geht es neben rechtlichen Aspekten auch darum, schon beim ersten Kontakt mit ihren Kunden die richtigen Emotionen und Vorstellungen auszulösen. So betreiben Konzerne wie BMW, Canon oder Sky bereits ihre eigene Domain-Endung.

Early Adopter

Der Schweizer Uhrenhersteller Swatch z.B. stellt unter www.pop.swatch seine Produktlinie Pop Swatch vor.

Der Lebensmittelkonzern Edeka setzt seit Ende 2016 ebenfalls auf eine eigene Unternehmens-TLD.

So können unter www.ausbildung.edeka Informationen zu Ausbildungsplätzen abgerufen werden, unter www.evg.edeka haben Partnerbetriebe der Edeka Versorgungsgesellschaft einen abgeschlossenen Bereich. Junge Unternehmen können unter www.foodstarter.edeka ihre Produkte vorstellen und zum Test anbieten.

Durch dieses digitale Markenbranding zeigt Edeka, wie man



Die positive Weiterentwicklung eines Unternehmens hängt künftig auch immer stärker von der Strahlkraft seiner Marke und damit von der eigenen Marken-Domain ab.

mit einer .brand-TLD die Möglichkeit nutzen kann, über die eigene Domain-Endung mit Kunden und Partnern zu kommunizieren.

Starke digitale Markenführung

Intuitive Internetadressen ermöglichen es Verbrauchern, die offiziellen Webseiten eines Unternehmens zu errahnen; damit wird einerseits die Reichweite gesteigert, aber zusätzlich wird dadurch den Kunden auch im Internet ihr Markenerlebnis geboten.

„Mit einer eigenen TLD optimieren Unternehmen ihre digitale Markenkommunikation gegenüber all ihren Handelsagenten, Partnern und Kunden“, erklärt Ronald Schwärzler, Geschäftsführer der domainworx GmbH, das als Fullservice-Unternehmen Firmen im Betrieb ihrer Top-Level-Domain unterstützt.

Technische Sicherheit

Eine eigene Internet-Endung bedeutet für Internetnutzer ein

Qualitätsmerkmal und steigert das Vertrauen in die Marke.

Zusätzlich ermöglicht eine Marken-TLD einem Unternehmen die Kontrolle des eigenen Online-Namensraums.

Gerade für Firmen mit einer sehr hohen digitalen Kundenkommunikation ist das ein wichtiges Argument für die Investition in eine eigene Top-Level-Domain.

Know-how aus Österreich

Das Team der domainworx entwickelt seit der Einführung der neuen Top-Level-Domains komplexe, aber gleichzeitig maßgeschneiderte Kunden-Lösungen.

Neben der Markteinführung der geografischen Top-Level-Domain .WIEN zeichnet der Domainprofi auch für die Inbetriebnahme der TLD .tirol verantwortlich.

Der TLD-Markt boomt – und der Ruf nach einer nächsten Bewerbungsrunde wird immer lauter. „Als Dienstleister stellen wir Kunden unser gesamtes Know-how in den Bereichen Registry

sowie Administration, Vertrieb, Verwertung und Vermarktung von TLDs zur Verfügung“, garantiert Schwärzler. „Dank unserer langjährigen Erfahrung beim Betrieb von Top-Level-Domains und durch die Bündelung personeller Ressourcen ist die Investition in eine eigene Domain-Endung mittlerweile auch kostengünstig(er) möglich.“

Wie das Beispiel Edeka zeigt, können Betriebe mit ihrer eigenen Domain ihre Markenkommunikation noch gezielter führen.

Zusätzlich bietet sie die Möglichkeit, das Vertrauen in die Marke zu stärken, und ist damit eine optimale Investition in Brand-Awareness.



Ronald Schwärzler, Geschäftsführer der domainworx GmbH.

domainworx

KONTAKT

domainworx Service & Management GmbH
1140 Wien, Matznergasse 17
T: +43.1.98116-777
E: office@domainworx.at