

Der geschäftliche Nutzen einer .BRAND-TLD

Eine .BRAND ist eine Top-Level-Domain (TLD), die den markenrechtlich geschützten Namen einer Marke oder eines Produkts eines Unternehmens (z. B. .xbox oder .barclays) für die exklusive Registrierung und Nutzung durch das Unternehmen verwendet. Sie bietet erhebliche Vorteile für die Marke und den Ruf eines Unternehmens, da sie die Sicherheit, das Vertrauen und die Marketingkontrolle verbessert. Ein .BRAND-Namespace kann Unternehmen dabei helfen, Markenmissbrauch und Cybersquatting zu verhindern, das Vertrauen der Kunden und Kundinnen in die Authentizität ihrer digitalen Kanäle aufzubauen und ihr geistiges Eigentum zu schützen. Diese Kontrolle ermöglicht die Erstellung eindeutiger, aussagekräftiger URLs (z. B. support.xbox oder home.barclays) und stärkt die Markenkonsistenz und Innovation im digitalen Raum.

Unternehmen, die sich eine .BRAND sichern und nutzen, können die folgenden konkreten Vorteile realisieren:

→ Authentizität und Sicherheit

Durch die exklusive Kontrolle über den .BRAND-Namespace schafft ein Unternehmen einen klaren Wegweiser im Internet, anhand dessen Kunden und Kundinnen authentische Websites und E-Mails identifizieren können. So werden sie vor betrügerischen, gefälschten Domains geschützt und das Vertrauen in Online-Interaktionen wird gestärkt. Unternehmen sind in der Lage, dem Markt, ihren Kunden und Kundinnen sowie Geschäftspartnern klar zu kommunizieren: „Wenn unsere .BRAND nicht enthalten ist, sind wir es nicht!“

→ Kundenschutz und Reputationsmanagement

Eine .BRAND-Domain unterstützt Unternehmen dabei, ihren Ruf und ihre Kunden und Kundinnen zu schützen, indem sie einen klaren Mechanismus bereitstellt, der sicherstellt, dass nur mit legitimen, vom Unternehmen kontrollierten Bereichen interagiert wird, wodurch das Risiko und der Schaden durch Finanzbetrug, Identitätsdiebstahl und Fehlinformationen verringert werden.

→ Zukunftssicherheit

Eine .BRAND ermöglicht es Unternehmen, zukünftige technologische Entwicklungen, die auf dem Domain Name System (DNS) basieren, wie neue Apps, Anwendungsprogrammierschnittstellen (APIs) und Geräte des Internets der Dinge (IoT), unter ihrer eigenen sicheren TLD zu verwalten.

→ Risikominderung

Durch die Förderung der Bekanntheit und Akzeptanz des .BRAND-Namespace eines Unternehmens können Unternehmen das Risiko verringern, dass Kunden und Kundinnen, Geschäftspartner und Internetnutzende durch betrügerische, gefälschte Domains getäuscht werden, die häufig in Phishing- und Malware-Kampagnen auf anderen TLDs – wie .com – verwendet werden. So lassen sich finanzielle Verluste und Reputationsschäden reduzieren.

→ Markenkonsistenz

Ein .BRAND ermöglicht eine konsistente und erkennbare Markenpräsenz auf allen digitalen Plattformen, von kundenorientierten Websites bis hin zu internen Kommunikationstools. Alles endet mit .BRAND.

→ Daten und Erkenntnisse

Ein kontrollierter Domain-Bereich kann die Fähigkeit einer Marke verbessern, Kundendaten zu verwalten und wertvolle Erkenntnisse durch den exklusiven Zugriff auf nicht vorhandene Domain-Daten (NXD-Daten) zu gewinnen (d. h. Daten, die Domains anzeigen, die in Browser eingegeben werden, für die es keinen derzeit registrierten Domain-Namen in der TLD gibt). Dies ermöglicht mehr Einblicke und Informationen darüber, welche Domain-Namen registriert werden sollten, um das Online-Engagement und die Konversionsraten zu verbessern.



**Kontaktieren
Sie uns**

 cscdbs.com

→ Verbesserte Benutzererfahrung

Eine .BRAND-Domain ermöglicht die Erstellung vereinfachter, markenbezogener URLs (z. B. shop.brand oder jobs.brand), um Ihre Zielgruppe schnell zu den gewünschten Inhalten zu führen. Dadurch entfallen lange, komplizierte oder anderweitig schwer zu merkende Links, und die Customer Journey vom Offline- zum Online-Bereich wird verbessert. Darüber hinaus hat Ihr Unternehmen mit einer .BRAND den exklusiven Zugriff und die Verwendung der besten generischen Namen auf die .BRAND und muss diese nicht gegen Dritte verteidigen oder zu überhöhten Preisen erwerben.

→ Kontrolle und Flexibilität

Unternehmen, die eine .BRAND verwenden, erhalten die vollständige Kontrolle über ihre digitalen Immobilien, sodass sie schnell neue Domains erstellen, auf Marktveränderungen reagieren und ihre Online-Strategie schneller und flexibler anpassen können. Unternehmen können Domains, die von Agenturen, Distributoren, Einzelhändlern und anderen verbundenen Unternehmen verwendet werden, einfach aktivieren und deaktivieren.

→ Markt- und Branchenführerschaft

Eine .BRAND-Domain hilft Unternehmen, sich in der digitalen Landschaft als sicherheitsbewusst, zukunftsorientiert und mit vollständiger Kontrolle über ihre Markenidentität zu profilieren. Dies unterstreicht zusätzlich die Wahrnehmung, dass die Marke stark, dynamisch und nachhaltig auf dem Markt ist, und trägt dazu bei, den Status des Unternehmens als Markt- und Branchenführer zu stärken.

Der Besitz und die Nutzung einer .BRAND-Domain bedeutet nicht, dass ein Unternehmen die Nutzung seiner aktuellen .com- und Ländercode-Websites und E-Mail-Adressen vollständig aufgeben muss. Die Nutzung einer .BRAND-Domain kann eine ergänzende Strategie sein, deren Akzeptanz und Nutzung im Laufe der Zeit zunimmt, wenn eine Marke experimentiert und sich die Online-Landschaft und ihre Risiken weiterentwickeln. Eine .BRAND-Domain kann zudem ein wichtiges Instrument im Bereich Sicherheit und Compliance sein.

- **E-Mail.** Die Trennung von Domainnamen für E-Mails und die Hauptwebsite trägt dazu bei, die Authentizität der E-Mail-Kommunikation deutlich zu machen und so das Risiko von Phishing und Kompromittierung von Geschäfts-E-Mails zu mindern.
- **Notfall-Wiederherstellungsplanung.** Replikation wichtiger Web-Eigenschaften und E-Mails unter .BRAND. Wenn dann die Registry, auf der aktuelle E-Mail-, wichtige Betriebs- oder kundenorientierte Websites gehostet werden (z. B. Verisign für .com), Opfer eines Cyberangriffs wird und ausfällt oder einen längeren Stromausfall erleidet, kann ein Unternehmen mit einer .BRAND schnell wieder online gehen, indem es Mitarbeitende, Kunden und Kundinnen sowie Klienten auf E-Mail- und .BRAND-Websites umleitet, die auf einer völlig anderen Registry-Infrastruktur gehostet werden (d. h. die sich im Besitz und unter der Kontrolle der .BRAND befinden).
- **Drittanbieter-Compliance.** Geben Sie .BRAND-Domainnamen an Vertriebspartner, Franchiseunternehmen, Agenturen und Vertragshändler weiter und verlangen Sie deren Verwendung beim Verkauf von Produkten und Dienstleistungen des Unternehmens. Ein .BRAND-Domainname signalisiert dem Markt nicht nur, dass der Partner legitim und autorisiert ist, sondern bietet auch einen schnellen und einfachen Takedown-Mechanismus bei Nichteinhaltung, der nicht vermittelt wird.

Bislang hat die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) nur einmalig im Jahr 2012 die Möglichkeit geboten, eine .BRAND-Domain zu beantragen. Die zweite zeitlich begrenzte Bewerbungsmöglichkeit wird für April 2026 erwartet. In der ersten Runde gab es mehr als 500 .BRAND-Bewerbungen von Unternehmen aus aller Welt, darunter Marken wie Apple®, Microsoft®, Google®, Ford®, Honda, Toyota, Barclays, Bank of America®, PwC, Hermés®, ZARA und FedEx®.



Kontaktieren
Sie uns

 cscdbs.com