



STARTSEITE

eDemocracy
 Netzkampagnen
 Blogosphäre
 Wahlkampf

Wissensgesellschaft

ICANN
 Cyberwar
 eLearning
 Extremismus
 eVoting
 Netzkultur
 Netzrecht

eGovernment
 eConsumer

Buchbesprechungen

pol-di Studien
 pol-di Tests
 Archiv

COMMUNITY

Newsletter
 Weblog
 Metablocker

Chat-Ankündigungen

Chat-Interviews
 Termin-Wiki
 Diskussionsforum
 RSS

EUROPA-DIGITAL

EUropa Aktuell
 25 EUropa plus
 Das

Dschungelbuch
 EU online

ÜBER UNS

Unser Verein
 Unser Team
 Unsere Partner
 Presse
 f.a.q.
 jobs@poldi
 Kontakt /
 Impressum

Startseite >>



Update: Thursday, 27. July 2006, 11:02:25 +0100
 Von: Simone Gerdesmeier <sg.juniper@gmx.de>
 An: sgerdesmeier@politik-digital.de
 URL: keine Homepage

Eine eigene Domain für die Hauptstadt

(Interview, 27.07.2006) Die Firma dotBERLIN hat bei der Internetverwaltung ICANN die Top-Level-Domain .berlin für die Hauptstadt beantragt. Simone Gerdesmeier führte ein eMail-Interview mit dotBERLIN-Geschäftsführer Dirk Krischenowski über Ziele, Hürden und Probleme des Projekts.

Welche Vorteile ergeben sich durch eine .berlin-Endung für den Nutzer?

Für Internetnutzer werden .berlin-Domains mit einer Berliner Identität im Internet in Verbindung gebracht. Für den Internetnutzer ergibt sich mit .berlin, wie mit .de, eine semantisch klare regionale Zuordnung des Internetangebotes unter einer .berlin-Domain. Das können Inhalte aus Berlin, von Berlinern oder über Berlin sein. Immerhin gibt es auch mehrere tausend Personen, die Berlin mit Nachnamen heißen und mit .berlin eine sehr schöne Domain registrieren können.

Bei .berlin werden wir zudem erstmals das Kernprinzip einer intuitiven Nutzung in wichtigen Bereichen des täglichen Lebens etablieren. Unter rathaus.berlin wird man das Berliner Rathaus finden, unter kindergarten.berlin die Berliner Kindergärten, unter dachdecker.berlin Dachdecker und unter wetter.berlin das lokale Wetter in Berlin. Mit der Schaffung einer Vielzahl solcher Leuchtturm-Domains wird .berlin schnell bekannt und beliebt werden.

Welche Kernzielgruppen wollen Sie mit einer City-TLD ansprechen?

Kernzielgruppe bei City-TLDs sind Unternehmen (insbesondere KMUs) und Privatpersonen. Daneben gibt es eine Reihe von weiteren Zielgruppen, für die sich City-TLDs sehr gut eignen, z.B.:

- Anbieter lokaler Services und lokaler Suche (ebay.stadt, google.stadt, branchenverzeichnis.stadt)
- Generische Portale, die mit City-TLDs erst richtig Sinn machen: kino.stadt, wetter.stadt, taxi.stadt
- Verwaltungen und Behörden, die in der Regel nur mit der jeweiligen Stadt.de repräsentiert sind, aber nicht mit kurzen und prägnanten Adressen wie z.B. finanzamt.stadt, ordnungsamt.stadt
- die, die keine passende andere Domain gefunden haben, weil unter .com und .de sehr viele kurze und aussagekräftige Domains bereits vergeben sind

Wie funktioniert Ihr Business-Modell?

Wie bei anderen TLDs verbleibt jeweils ein Teil der Registrierungsgebühren bei der Betreiberorganisation, bei .de Denic, bei .com Verisign oder bei .eu EURID. Genauso verhält es sich auch bei .berlin. Ein Teil der eingenommenen Registrierungsgebühren verbleibt in der dotBERLIN GmbH & Co. KG, deren Basis eine Vielzahl von Gesellschaftern sein wird, die die Berliner Community aus den Bereichen Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Sozialwesen, Kultur, Sport und Bürgerschaft repräsentieren. Bereits Gesellschafter sind Organisationen wie der Berliner Innungsverband, die Stadtmarketingorganisation BTM, die Gelben Seiten, der Hotelverband und eine Reihe von Internet Providern. Dadurch wollen wir sicher stellen, dass Überschüsse aus dem Betrieb von .berlin auch den Berlinern und Berlin zugute kommen.

Wie finanziert sich .berlin in der Zeit, in der das Businessmodell noch nicht greift?

Als Gründer haben wir das initiale Startkapital aus eigenen und Freundesmitteln aufgebracht. Darüber hinaus unterstützen mittlerweile verschiedene Unternehmen, Organisationen und auch Privatpersonen aus der Berliner Community .berlin finanziell, z.B. als Sponsor oder Gesellschafter.

Welche Institutionen/Organisationen unterstützen Sie bei Ihrem Projekt, welche lehnen eine Unterstützung ab? Und welche Motivationen stecken dahinter?

Unterstützung für .berlin kommt aus der Wirtschaft, IT- und Kulturszene. Auch Organisationen, die sich um die Vermarktung Berlins als Standort kümmern, begrüßen .berlin als einmalige Chance. Die Befürworter sehen eine Reihe nachhaltiger Vorteile von übergeordneter Bedeutung für die Berliner Gemeinschaft, da die .berlin Domainendung

- einen wirtschaftlich langfristigen und relevanten Standortvorteil für Berlin im Wettbewerb mit anderen Städten und Regionen schafft
- als Identität stiftendes Projekt Selbstbewusstsein für die gesamte Region schafft und damit auch einen Beitrag zur inneren Einheit und Stärkung Berlins leistet
- Wettbewerb fördert und gleichzeitig Chancengleichheit verbessert
- den kommunikativen und kulturellen Pluralismus fördert sowie

Suche:

Fr, 28. Juli 2006

B:Group

SERVICE-FUNKTIONEN

- [Artikel verschicken](#)
- [Druckversion erstellen](#)
- [Ihr Kommentar](#)

Newsflash

Abonnieren Sie den wöchentlichen, kostenlosen politik-digital eMail-Newsflash:

 Ihre eMail

politik-digital.de möchte wissen:
Wer liest uns eigentlich?

heute:

Wie sind Sie heute in diese Seite eingestiegen?

- Über die Startseite www.politik-digital.de
- Quer über eine Suchmaschine in einen Text
- Über einen Link auf einer anderen Webseite

Diese Frage wurde bisher von 31 Besuchern beantwortet.

In nächster Zeit stellen wir hier eine Frage pro Woche, um Sie besser kennen zu lernen. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns mit ihrem Klick helfen, unser Angebot zu verbessern. Alle bisherigen Ergebnisse werden [hier](#) dokumentiert. Vielen Dank!

der Imageförderung von Berlin dient und die Marke Berlin national und international stärkt

Auf Ablehnung sind wir bisher eigentlich nicht gestoßen, allenfalls auf Skepsis oder Desinteresse, insbesondere bei Organisationen, die wir noch nicht umfassend über die Vorteile und den Nutzen von .berlin informieren konnten. Eine Liste von unterstützenden Organisationen finden Sie auf unserer Startseite www.dotberlin.de.

Eine .de-Domain kostet für den Endnutzer etwa 6-10 Euro pro Jahr. Wieviel wird eine .berlin-Domain pro Jahr kosten?

Die Preisspanne für eine .de-Domain beträgt heute zwischen etwa 5 und 110 Euro, je nach Provider. Der untere Preisrahmen bei .de ist erst durch die enorme Anzahl von .de-Domains möglich geworden.

Die .berlin-Domains werden sich im Preisrahmen der gerade herausgekommenen .eu-Domains bewegen, der zwischen etwa 20 und 40 Euro liegt. Mit einer zunehmenden Zahl von Registrierungen werden dann sicher auch die Preise für .berlin-Domains fallen.

Die Stadt New York versucht ebenfalls, eine dot.nyc-Tld bei der Icann zu beantragen. Welche Parallelen gibt es zur .berlin-Initiative? Gibt es gemeinsam organisierte Bemühungen zur Erlangung der Rechte für die lokalen Domainendungen?

Sowohl .berlin als auch .nyc sind TLDs für die Communities der jeweiligen Stadtbewohner, die der Berliner und die der New Yorker. Wir arbeiten mit dem Begründer der .nyc-Initiative, Thomas Lowenhaupt, eng zusammen, um gemeinsame Richtlinien und eine best-Practice für die so genannten City-TLDs zu entwickeln. Dieses wird es der ICANN erheblich erleichtern, die City-TLDs zuzulassen.

Interessanterweise haben in den letzten Monaten neben Städten mittlerweile auch eine Reihe von europäischen Regionen das Konzept einer eigenen Domainendung aufgegriffen: Schottland ([.SCO](#)), Wales ([.CYM](#)), Bretagne ([.BZH](#)), Galizien ([.GAL](#)) sowie Lateinamerika ([.LAC](#)).

Auch mit diesen Initiativen stehen wir in Kontakt.

Was sind die Kernprobleme bei der Beantragung einer neuen lokalen TLD?

Einer der entscheidenden Faktoren auf dem Weg zu jeder neuen TLD war bislang der Zeitpunkt, zu dem man sich bewerben konnte. In der aktuellen Situation zeichnet sich ab, dass der neue Bewerbungszeitpunkt Anfang 2007 sein wird. Ansonsten wird erwartet, dass lokale TLDs mit weniger Problemen im Zulassungsprozess behaftet sind als bspw. die abgelehnten .XXX und .MAIL aus der Bewerbungsrunde im Jahr 2004. Lokale TLDs bringen, da ähnlich wie nationale TLDs, wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Bewerbung mit:

- Eine klar umrissene Community, für die es die TLD geben soll
- Eine sich bewerbende Betreiberorganisation, die sich aus Repräsentanten der Community zusammensetzt und in der regionalen Internet-Community verhaftet ist
- Eindeutiger Bedarf für die lokale TLD in der Community
- Ein klares Geschäftsmodell

Nach welchen Gesichtspunkten handelt die ICANN bei der Vergabe neuer TLDs? Spielen da Ihrer Meinung nach eher wirtschaftlich-liberale oder politische Beweggründe eine Rolle?

Im aktuellen strategischen Plan der ICANN ist festgelegt, dass neue TLD geschaffen werden sollen. Dieser Plan basiert auf Prinzipien und dem Auftrag der ICANN, die die Förderung von Wettbewerb, eine breite Repräsentation von Internet-Communities weltweit und die Schaffung von TLDs beinhalten.

In der Vergangenheit mag es bei der Zulassung von TLDs einen Beauty-Contest gegeben haben, bei dem neben wirtschaftlichen Gesichtspunkten auch politische eine Rolle gespielt haben mögen. Am Beispiel .CAT (Katalonien) kann man allerdings sehen, dass auch politisch schwierige TLDs erfolgreich angegangen wurden.

Für die neue TLD-Runde werden klare und objektive Regeln erwartet, nach denen die Bewerber beurteilt werden. Dabei werden insbesondere betriebswirtschaftliche, finanzielle, organisatorische und technische Kriterien eine Rolle spielen. Wichtig sind aber auch die Vergabekonventionen einschließlich deren Durchsetzungsmechanismen, Zielgruppen, Marketingstrategien und der allgemeinen Nutzen der neuen TLD. Immer wichtiger sind auch Maßnahmen zum Schutz geistigen Eigentums und der Privatsphäre. Alles dies wird .berlin in seiner Bewerbung liefern, schließlich arbeiten wir auch aktiv an diesen Regeln mit.

Es gibt ja verschiedene "Berlins" in der Welt. Erhalten Sie aktive Unterstützung aus dem Ausland?

Über verschiedene Kanäle unterhalten wir auch Beziehungen zu anderen Berlins weltweit. Im Fall Berlin mögen die Einwohner der „anderen Berlins“ nur rund 3% aller Berliner ausmachen. Prinzipiell finden die „andere Berlins“ die Idee gut. Was den Namen Berlin bekannt macht, kommt auch den kleinen Berlins zugute.

Von uns will die ICANN in der Bewerbung eine Lösung für den Fall sehen, wenn es zwei etwa gleich große Stadtgemeinschaften gibt, die sich um eine TLD bewerben. Z.B. gibt es sowohl in Großbritannien als auch in den USA Städte wie Boston, Birmingham, Cambridge oder Oxford, die eine Einwohnerzahl bedeutender Größenordnung besitzen. Die Lösung kann nur so aussehen, dass die Einwohner beider Städte die gleichberechtigte Möglichkeit zur Registrierung von Domains haben.

Welche Form von Netzregulierung wünschen Sie sich?

Wir denken, dass die ICANN ein gutes Beispiel dafür ist, wie eine notwendige supranationale Regulierungsorganisation für das Internet aussehen kann. Ziel der Netzregulierung sollte es sein, eine Legitimierung der jeweiligen Instanz durch die dauerhafte und breit angelegte Beteiligung von Internetusern, der Wirtschaft, verschiedenen Interessengruppen und Regierungsinstitutionen an den Entscheidungen zu erhalten. Insbesondere wirtschaftliche schwächere Gruppen dürfen dabei durch Überregulierung nicht zu kurz kommen, schließlich müssen immer noch viele digitale Gräben überwunden werden.

Im Fall von TLDs hat sich weltweit das privatwirtschaftliche Management eindeutig als Erfolgsmodell herausgestellt, die .de-Domain ist dafür ein hervorragendes Beispiel. Aber wie die Denic pflegt auch .berlin einen engen Dialog mit Regierungsvertretern, nationalen und internationalen für das Internet zuständigen Institutionen und Organisationen sowie mit Vertretern der Internet Community.

Dirk Krischenowski ist Geschäftsführer von dotBERLIN.

Erschienen am 27.07.2006

[*Kommentieren Sie diesen Artikel!*](#)

[*Diskutieren Sie mit anderen in unserem Forum!*](#)

[NACH OBEN](#)

© Copyright 1998-2006 [poldi.net](#) e.V. Alle Rechte vorbehalten.
Weiternutzung der Inhalte nur unter folgenden [Bedingungen](#).
politik-digital [Datenschutzrichtlinie](#).