

Die wichtigsten Domain-Börsen

Die erforderlichen Strukturen für Web 2.0 sind derzeit im Aufbau. Dazu zählen funktionierende Domain-Börsen. ED stellt die führenden Plätze des Domain-Handels vor.

Johannes Schütz



NICIT auf der CeBIT 2007: Daniel Kollinger (rechts) mit Mit-Gründer Maximilian Heinrich

Noch stehen die Communities des Web 2.0 im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Über Millionenbeträge wird berichtet, die den Unternehmensgründern bei Übernahmen bezahlt werden. Marketingstrategien für die Plattform Second Life werden laufend diskutiert. Doch der Wert von Domains wird in der Öffentlichkeit noch kaum beachtet.

Communities waren schon immer wesentliche Bestandteile des Internet. Der Begriff Web 2.0 weist deshalb nur auf die Ausarbeitung entsprechender Geschäftsmodelle

und deren erfolgreiche Umsetzung. Es gibt aber bereits Entwicklungen, die die Prognose erlauben, dass Domains zum neuen Leitbild in den Businessplänen eines Web 3.0 werden.

Wert von Domains

Domains sind die Grundstücke des Internet, die bebaut werden können. Die Adresse vermittelt den Eindruck einer Top-Lage oder eines Slums. Die Bedeutung von Domains kann insbesondere nach sechs Punkten bestimmt werden:

Domains als zunehmend verknappende Ressource:

Einprägsame Schlüsselbegriffe sind kaum noch frei registrierbar, sondern können nur im Domainhandel erworben werden.

Bedeutung für das Branding:

Herausragende Domains sind das Adelsprädikat auf den Visitenkarten des 21. Jahrhunderts und wichtig für das Marketing.

Optimierung des Traffic:

Bei Keywords entsteht Type-In-Traffic, da viele Internetuser derartige Domains unmittelbar in die Adresszeile des Browsers eingeben, wenn sie auf Web-Entdeckungsreisen gehen. Das kann zu besonders qualifiziertem Traffic führen, der durch Suchmaschinenmarketing nicht grundsätzlich erreicht wird.

Suchmaschinenoptimierung: Der Schlüsselbegriff im Domainnamen kann einen Faktor zur Optimierung des Rankings in den Ergebnissen von Suchmaschinen darstellen.

Bewertungskriterium:

Die passende Domain erzeugt ein kompetentes und seriöses Erscheinungsbild. Das kann von entscheidender Bedeutung sein, wenn potenzielle Kunden aus der Fülle von Internetangeboten jene Links auswählen, die sie tatsächlich anklicken.

Domains als Investment:

Wertsteigerungen werden mit der zunehmenden Bedeutung von E-Business erwartet.

Wer mit Domains handeln möchte, der nutzt die Strukturen, die Domain-Börsen bieten. Ein Account ist rasch eröffnet und schon kann man seine Domains weltweit anbieten und hoffnungsvoll auf Anfragen von Interessenten warten. Die Domain-Börsen verlangen üblicherweise 10 Prozent Provision vom Verkaufspreis, leiten dafür auch den Domain-Transfer und sorgen für ein verlässliches Treuhand-Service.

Der Marktführer

Über die Handelsbörse Sedo wechselten im Jahr 2006 Domains mit einem Verkaufsvolumen von insgesamt mehr als 30,7 Millionen Euro den Besitzer. Ein beachtliches Wachstum, denn 2005 lagen die Verkäufe über Sedo noch bei 18,2 Millionen Euro, 2004 nur bei rund 7,6 Millionen Euro. Die teuerste Domain, die Sedo im vergangenen Jahr vermittelte, war *Vodka.com* für drei Millionen US-Dollar. *Blue.com* und *Bike.com* brachten es immerhin noch auf je 500.000 US-Dollar. 2005 war *Website.com* mit 750.000 US-\$ die teuerste Domain, die über Sedo gehandelt wurde,

2004 wurde **Viajes.com**, der spanische Begriff für Reisen, für 300.000 US-Dollar verkauft.

Mit **Vodka.com** lag Sedo 2006 im Ranking an zweiter Stelle. Es wurde im vergangenen Jahr nur von einer Domain berichtet, die noch teurer war: **Diamond.com** fand für 7,5 Millionen US-\$ in einem Privatverkauf einen neuen Besitzer. Allerdings werden teure Domain-Käufe nicht immer öffentlich bekannt. Unter den Domain-Börsen ist Sedo jedenfalls weltweit der Marktführer. Bei Verkäufen mit einem Preis von jeweils mehr als 2000 US-Dollar verfügt Sedo über einen Marktanteil von rund 40 Prozent. Es nutzen bereits 350.000 Kunden das Service von Sedo. Wer eine passende Internetadresse für seine Webpräsenz sucht, der kann bei Sedo derzeit aus über 6,5 Millionen Domains wählen.

Sedo steht für „Search Engine for Domain Offers“. Das Unternehmen wurde 1999 von Tim Schumacher, Ulrich Priesner und Marius Würzner in Köln gestartet. Die drei Gründer waren damals noch Studenten und entwickelten die innovative Idee der Domain-Börse, weil sie selbst die Domain **Offensiv.de** nicht mehr benötigten und verkaufen wollten.

Schon im Februar 2001 beteiligte sich die **United Internet AG** an der **Sedo GmbH**. **United Internet** ist mit **1&1**, **GMX** und **Web.de** ein international führender Internet Service Provider und Hauptaktionär der **AdLink Internet Media AG**, die als Europas wichtigster Onlinevermarkter tätig ist. 2005 ging die Beteiligung an Sedo von **United Internet** auf ihre Tochterge-

sellschaft **AdLink** über, die diesen Anteil an Sedo im November 2006 von 52,14 auf 75,94 Prozent erhöhte. Danach wurde der gesamte Anteil in die **AdLink Internet Media GmbH Deutschland** eingebracht. Der zusätzliche Anteil an Sedo, also 23,8 Prozent, wurde mit 34,6 Millionen Euro abgegolten. Der Firmenwert des erworbenen Anteils betrug dabei, laut Geschäftsbericht 2006 der **United Internet AG**, 30,949 Millionen Euro. Das ergibt für die **Sedo GmbH** einen gesamten Unternehmenswert von rund 130 Millionen Euro. Ein Betrag, der sich auch im Web 2.0 sehen lassen kann.

Die Gründer von Sedo blieben Gesellschafter und leiten weiterhin das Unternehmen. Seit April 2004 verfügt Sedo auch über eine Niederlassung in Boston, um den wichtigen Domain-Markt der USA vor Ort zu betreuen. Sedo-Geschäftsführer **Tim Schumacher** über die aktuellen Pläne: „Abgesehen von der Entwicklung neuer Formate, wie das Auktionssystem, liegt unser Fokus in der Erschließung neuer Märkte, insbesondere Asien.“

Sedo ist der Champion unter den Domain-Börsen. Doch jeder Champion braucht einen Herausforderer.

Der Herausforderer

Die **NICIT GmbH** wurde im Jahr 2000 vom Betriebswirt **Daniel Kollinger** und dem Webentwickler **Maximilian Heinrich** in Freiburg/Breisgau gegründet. **Nicit** bezieht sich auf die Abkürzung für **Network Information Center (NIC)**, die als Registries für die Verwaltung von **Top Level Domains**, also die

Domain-Endungen, zuständig sind. Das **IT** in **Nicit** bedeutet einerseits Informationstechnologie, mit einem Rufzeichen im Logo steht es als „nic it“ auch für „do it“: **Registriere die Domain**.

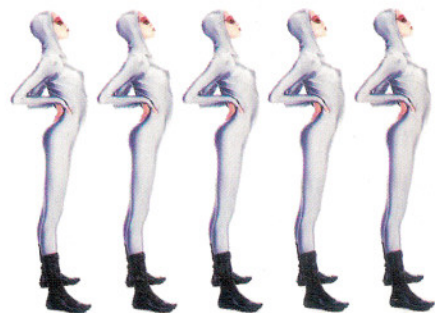
Im März dieses Jahres stellte die **Nicit GmbH** bei der **CeBIT** in Hannover, der wichtigsten Fachmesse für Informationstechnik, einen vollständigen Relaunch des Unternehmensauftritts vor. Es wurde nicht nur das Design der Homepage verändert, auch neue Services wurden entwickelt. Geschäftsführer **Daniel Kollinger** herzhafte: „**Nicit** wird Marktanteile gewinnen und sich internationalisieren – sowie fortwährend die Usability verbessern. Neue Funktionen und Dienstleistungen werden integriert.“

Tatsächlich tritt **Kollinger** bereits verstärkt auf der internationalen Bühne auf. Im Mai organisierte **Nicit** die Auktion im Rahmen der Tagung „**Domainfest**“ in Amsterdam, eines der wichtigsten Treffen der Domain-Industry. Dabei konnte die **Domain Poker.de** um 695.000 Euro verkauft werden. Dies war ein Rekordpreis für eine Domain mit der deutschen Länderendung **.de**. (**EXTRADIENST** berichtete in Heft 5/2007).

Nicit forciert die persönliche Betreuung und setzt einen Schwerpunkt bei der Beratung von Firmen, die Domains zur Kundengewinnung einsetzen wollen. **Daniel Kollinger** legt persönlich viel Wert auf ethische Prinzipien im Geschäftsleben, auf deren Einhaltung er im Domainhandel besonders achtet. Er wurde in diesem Sinne auch bei der fragwürdigen Vergabe der neuen EU-Domains aktiv und meldete sich als Sprecher

»Worauf es jedoch ankommt, ist, das Verhältnis zwischen Produzenten und Benutzern von einem paternalistischen in ein dialektisches zu verwandeln – die einen interpretieren die Forderungen und Ansprüche der anderen.«

Umberto Eco in
Apokalyptiker und
Integrierte.



the
diamond:dogs group

a-1040 wien.
weyringergasse 30.
ph: 315 67 21
www.diamonddogs.cc

der Initiative Eudomain-desaster.org zu Wort.

Am Menüzettel von Finanzinvestoren, die ins Web 3.0 einsteigen möchten, wird Nicit wohl einen hohen Rang einnehmen. Ob Daniel Kollinger sein Unternehmen tatsächlich übergeben wird, das ist eine andere Frage.

Domain-Börsen in den USA

Wer Domainhandel in den USA betreiben möchte, der beachtet die Börse von Afternic. 2005 wurde hier Fish.com für 1 Million US-Dollar verkauft – der höchste Deal, von dem ein Domain-Markt in jenem Jahr berichten konnte. Afternic hat seinen Sitz in Orlando, Florida und vermittelt derzeit rund 2 Millionen Domains.

Das Unternehmen wurde ursprünglich von Jon Whelan und Chris Maroney im November 1999 gegründet. Schon im September 2000 waren 800.000 Domains gelistet und Register.com übernahm zu diesem Zeitpunkt Afternic für 48 Millionen US-Dollar. Register.com war ein führender Registrar, bekam aber Probleme in der kurz danach eintretenden Phase der Internetkrise. In einem Konsolidierungsprozess wurde schließlich der Domain-Marktplatz Afternic im September 2002 geschlossen.

Die Brüder Roger und Michael Collins nutzten die Gelegenheit. Roger Collins war zuvor als Entwickler für Software tätig, sein Bruder Michael kam aus der Werbebranche. Im Juni 2002 eröffneten sie die Domainbörse NameBuySell. Jetzt kauften sie rasch entschlossen die Domain Afternic.com und durf-



sedo[®]



Tim Schumacher, Geschäftsführer von Sedo GmbH

ten sich über die gut eingeführte Marke freuen. Michael Collins erzählte Anfang September 2006, als ich mit ihm bei der Gelegenheit einer Domain-Tagung in München sprechen konnte, dass Afternic auch vermehrt Aktivitäten in Europa setzen möchte. Im Oktober 2006 wurde die deutsche Version der Website eröffnet: www.afternic.de.

Im November 2006 kam es abermals zu einer Übernahme. Der Kaufpreis wurde bisher nicht veröffentlicht. Afternic wurde damals von NameMedia erworben, einem der bedeutendsten Domainkonzerne. NameMedia besitzt derzeit nach eigenen Angaben ein Portfolio mit 1 Million Domains. Hinter NameMedia stehen die Finanzinvestoren Highland Capital Partners und Summit Partners. Roger Collins blieb weiterhin Leiter von Afternic.

Kurz zuvor übernahm NameMedia auch BuyDomains, ein Unternehmen aus Massachusetts, das als Domainhändler tätig ist und über 800.000 Domains sammelte, die in das Portfolio von NameMedia eingebracht wurden. Durch die Vereinigung von Afternic mit BuyDomains

sind sinnvolle Synergien entstanden.

GreatDomains

Im Unterschied zu anderen Börsen akzeptiert GreatDomains nicht jede Domain: Die Auswahl unterliegt strengen Kriterien und wird persönlich vorgenommen. Es sind deshalb nur rund 2500 Domains im Angebot. GreatDomains vermittelt handverlesene Premium-Domains und ist auf wenige Domainendungen spezialisiert: .com, .net, .org, .info, .biz, .us, .tv, .cc. Domain-Besitzer können pro Kalendertag nur eine Domain einreichen. Der Antrag wird in der Regel innerhalb von drei Tagen entschieden, die Verkaufspreise beginnen bei 5000 US-Dollar. GreatDomains wurde 1999

Links

SEDO: www.sedo.com
NICIT: www.nicit.com
AFTERNIC:
www.afternic.com
BUYDOMAINS:
www.buydomains.com
GREATDOMAINS:
www.greatdomains.com

von Richard Rosenblatt gegründet. Damals waren dort über 500.000 Domains gelistet; Loans.com wurde um 3 Millionen US-Dollar im Januar 2000 verkauft, Beauty.cc für 1 Million US-Dollar und Cinema.com für 700.000 US-Dollar. VeriSign übernahm GreatDomains im Oktober 2000 um kolportierte 100 Millionen US-Dollar. Verisign ist einer der etabliertesten Konzerne des Internet mit Sitz im kalifornischen Mountain View und bietet vielfache Services für Infrastruktur und Security des Web. Insbesondere ist Verisign auch die Registry, die .com-, .net-, .tv- und .cc-Domains verwaltet.

Verisign vollzog im Frühjahr 2003 einen Relaunch von GreatDomains und entschied sich dabei für das Konzept, nur noch exklusive Top-Domains zu vermitteln. Dabei bleibt die Auswahl von GreatDomains manchmal aber eigenwillig. So findet man beispielsweise die mittelmäßigen Domains FreeAttorney.org für 50.000 US-Dollar und iHealthPlan.net für 30.000 US-\$ im Angebot, während schon so manche interessantere Domain, wie man erfahren kann, von den Mitarbeitern abgelehnt wurde.

Aber selbstverständlich findet man bei GreatDomains auch tatsächlich großartige Namen. Zu den teuersten Domains, die derzeit gelistet sind, zählen Message.com um 750.000 US-Dollar und Information.net um 400.000 US-Dollar. Journalists.com gibt es schon für 85.000 US-\$. 2006 wurde auf GreatDomains Cafe.com um 300.000 US-\$ verkauft, 2005 GospelMusic.com für 150.000 US-\$ und 2004 Smoking.com für 325.000 US-\$. ■