
.berlin und Berlin.de – Nachhaltige Synergiepotentiale

Zusammenfassung

Die Infrastruktur einer eigenen Top-Level-Domain .berlin bringt für die Metropole Berlin, ihre Verwaltung und das Landesportal Berlin.de erhebliche Chancen mit sich. Die Top-Level-Domain .berlin ist dabei als sinnvolle Ergänzung und Erweiterung der Angebote von Berlin.de zu begreifen, die nachhaltige Wettbewerbsvorteile und Ertragsmöglichkeiten mit sich bringt.

Der Unterschied zwischen Berlin.de und .berlin

Der Unterschied zwischen dem Stadtportal Berlin.de und der Top-Level-Domain .berlin auf den Punkt gebracht:

Berlin.de ist im Namensraum .de eine einzelne Domain, die Identität für das Land Berlin, die Stadt Berlin und ihre Institutionen ist. Unternehmen, Organisationen und Bürger können diese Stadtadresse aus rechtlichen und ordnungspolitischen Gründen kaum mitgestalten.

.berlin stellt einen gesamten neuen Namensraum dar. Die zahlreichen .berlin-Domains stellen in diesem Namensraum Identität für jeden einzelnen Einwohner und seine Unternehmen, Organisationen und auch die Verwaltung dar. Die .berlin-Domains erreichen die gesamte Community bis hin zu ihrem entferntesten Mitglied und eröffnen dabei vielfältigste Möglichkeiten für die Mitwirkung, soziales Netzwerken und Geschäftsmodelle jedes einzelnen Berliners und der Stadt Berlin selbst.

Domains spielen eine wichtige Rolle in der Online- und Offline-Kommunikation der eigenen Identität einer Community und ihrer Mitglieder. Die Auswahl für Berliner Bürger, Unternehmen und viele andere Communities auf dem Top-Level ist heute jedoch auf die Länderkennungen (wie .de) und einige wenige generische Endungen (wie .com) beschränkt. Gerade Bürger und Unternehmen in Städten finden sich in der Internetadressierung nicht ausreichend wieder und wählen daher Umwege. Der Begriff „Berlin“ wird bereits in über 100.000 Domains wie z.B. bei www.messe-berlin.de verwendet, um lokale Zugehörigkeit zur Berliner Community zu demonstrieren. Das Stadtsynonym „nyc“ findet man sogar in fast 300.000 Domains.

Das Wettbewerbsumfeld von Berlin.de

Berlin.de steht als umfassendes Stadtportal in zunehmendem Wettbewerb mit Internetangeboten verschiedenster Anbieter. Es geht dabei primär um Besuche und Seitenaufrufe der Internetnutzer, die Werbeeinnahmen garantieren und zu monetär wirksamen Transaktionen und Provisionen führen.

Berlin.de hat in fast allen wirtschaftlich interessanten Betätigungsfeldern Mitbewerber, die teilweise entweder um Zehnerpotenzen mehr Besucher verzeichnen oder spezialisierter sind und dabei ein Vielfaches an Umsatz generieren.

Ein gutes Beispiel hierfür ist der Bereich Hotels, Tourismus und Tickets, am Beispiel Hotelprovisionen wird dies besonders deutlich. In Deutschland führen Hotels bei Onlinebuchungen rund 10% des Umsatzes an den Vermittler ab. Im Jahr entsprechen diese Provisionen einem Volumen von mehr als 100 Mio. Euro. Führend in diesem Markt sind neben HRS, Hotel.de, Expedia eine Vielzahl kleiner Webseiten, die Ihre Reichweite über Suchmaschinen beziehen. Berlin.de hat dabei selbst bei Hotelbuchungen in Berlin nur einen kleinen Marktanteil.

Das ebenfalls attraktive Geschäftsfeld der Brancheneinträge, das traditionell von den gedruckten Gelben Seiten dominiert wurde, erlebt derzeit einen starken Umbruch der von Online-Mitbewerbern wie GoYellow, Klicktel, Cyclex und Google ausgeht. Für Berlin.de bietet dieser Bereich ein interessantes Geschäftsfeld. Auch in dem sich daran anschließenden und auch auf Berlin.de vielgenutzten Bereich Stadtplan finden sich ausnehmend starke Wettbewerber. Der Stadtplan auf Berlin.de konkurriert dabei nicht nur mit deutschen Anbietern wie Infoware oder Falk, sondern besonders mit Google-Maps.

Im Bereich Nachrichten und Stadtgeschehen hat Berlin.de nicht nur lokale Wettbewerber wie Berliner-Morgenpost.de oder MeinBerlin.de, sondern mit MeineStadt.de und extrem reichweitenstarken Portalen wie Yahoo, MSN, T-Online, AOL und Web.de finanzstarke deutschlandweite Anbieter.

In der Gunst um Nutzer mit besonderen Interessen kann Berlin.de wenig bieten. Teens, Schüler und Studenten nutzen z.B. Social-Community-Portale wie z.B. StudiVZ, MyVideo oder Knuddels.de. Der zunehmend interessante Dating- und Single-Bereich wird z.B. von starken Wettbewerbern wie Neu.de, Parship.de oder Match.com besetzt.

Viele der Geschäftsfelder haben jedoch eines gemeinsam; die Internetnutzer finden ihren Weg durch Suchmaschinen oder eingängige, teils generische Domains, die in der Adresszeile des Browsers oder dem Suchschlitz der Suchmaschine eingetippt werden. Suchmaschine und Domains spielen dabei Hand in Hand. Ein Suchergebnis ist umso attraktiver, je beschreibender und einfacher die Domain dahinter ist. Tickets.de, Wetter.com, Kino.de, Reifen.de und Sport.de belegen eindeutig, welche entscheidende Rolle gerade die richtige Domain am Geschäftserfolg hat.

Im gesamten Wettbewerbsumfeld stellen sich für Berlin.de aber immer wieder dieselben Fragen: „Wie bekomme ich mehr Reichweite sprich Besucher sprich Umsatz?“ und „Wie behaupte ich mich gegen Google & Co.?“. Und das bei einer Ausrichtung von Berlin.de als breites Angebot in einer Konkurrenzsituation mit den Großen der Branche (Google, Yahoo, Microsoft und Deutsche Telekom) und einer Unzahl von mehr oder minder reichweitenstarken Nischenwebseiten.

Domains für moderne Bürgerdienste und Reichweite von Berlin.de

Von allen Berlinern werden besonders die Berliner Landesregierung, das Land Berlin sowie Institutionen, Behörden und die Verwaltung von .berlin profitieren. Für die Außenkommunikation, Darstellung und Auffindbarkeit im Internet, sowohl online als auch offline, ergibt sich mit der Infrastruktur von Verwaltungsdomains wie z.B. www.senat.berlin, www.amtsgericht.berlin oder www.ordnungsamt.berlin evidenter Nutzen im Sinne modernen E-Governments:

- .berlin-Verwaltungsdomains sind intuitiv und von Bevölkerung, Wirtschaft und Verwaltung gleichermaßen gut zu merken.
- .berlin-Verwaltungsdomains erlauben eine einfache Kommunikation und Auffindbarkeit von Webseiten der Verwaltung an den Bürger, online wie offline.
- Einfachere Kommunikation führt zur Kosteneinsparung, da Bürger weniger in der Verwaltung anrufen, weil sie Formulare und Öffnungszeiten intuitiver selbst online finden.
- Innovatives E-Government und moderne Internetinfrastruktur in Berlin kann ein Aushängeschild im nationalen und internationalen Stadtportalvergleich sein

Wir gehen davon aus, dass Berlin.de die .berlin-Verwaltungsdomains entweder als zusätzliche Einstiegsseiten für Berlin.de verwendet oder zumindest auf die entsprechenden Inhalte auf Berlin.de verlinkt. Damit ergibt sich auch eine Reihe von wirtschaftlichen Vorteilen:

- Mit .berlin-Domains besteht die Chance für Berlin.de, eine für Bürger intuitive Struktur aufzubauen und unter einzelnen Domains ggf. sogar eigene Portale einzurichten.
- Bürger werden unter intuitiven .berlin-Domains wie www.fundbüro.berlin leichter und schneller das finden, was sie auf Berlin.de suchen. Damit steigt die Attraktivität und das Image von Berlin.de insgesamt und auch die Zahl der Besucher. Damit steigt wiederum die Attraktivität von Berlin.de für Werbetreibende und damit die Werbeeinnahmen.
- Durch eine Vielzahl und damit einem Netzwerk von .berlin-Domains werden erheblich mehr und bessere Suchmaschinenplatzierungen erzielt, dies führt direkt zu mehr Verkehr und damit höheren Werbeeinnahmen auf Berlin.de.

Seit Jahren proklamierte, aber kaum realisierte Subdomains wie steuern.berlin.de haben sich, bis auf wenige Ausnahmen (z.B. bei .co.uk), weltweit nicht im Markt und der Werbung durchgesetzt; der Internetnutzer verlangt nach dem Adressschema www.domain.endung oder schlicht domain.endung.

Generische Domains für mehr Reichweite von Berlin.de

Generische Domains gehören zu den wertvollsten Grundstücken im Internet, da sie intuitiv durch Nutzer verwendet werden (type-in), ideal in der Werbung zu verwenden sind und hervorragende Suchmaschinen-Platzierungen ermöglichen. So können generische Domains zu einer erheblichen Steigerung des Traffic und damit Umsatzes auf der betreffenden Website führen.

Domains wie Single.de, Tickets.de, Flug.de, Sport.de und zahllose andere Beispiele belegen dies eindrucksvoll. Jede dieser Domains ist heute einen 6- bis 7-stelligen Euro-Betrag wert.

Die Angebote von Berlin.de befinden sich im scharfen Wettbewerb mit zahlreichen anderen Webseiten und Portalen um den Internetnutzer. Es reicht dabei nicht aus, nur Rang 1 bei einem Stichwort in Suchmaschinen zu besetzen (z.B. mit www.berlin.de/wirtschaft oder der Subdomain wirtschaft.berlin.de), auch die weiteren Ränge sind monetär nicht weniger interessant und können z.B. mit einer www.wirtschaft.berlin besetzt werden. Generische Domains in den wichtigsten Geschäftsfeldern würden Berlin.de im beschriebenen Wettbewerbsumfeld einen entscheidenden und nachhaltigen Vorteil verschaffen.

Interessante Domains für Berlin.de könnten z.B. sein:

- Branchen- und Berufsbezeichnungen wie Hotel.berlin und Wirtschaft.berlin
- Generische Domains wie Wetter.berlin, Shopping.berlin und Mail.berlin

Alleine eine Domain Hotel.berlin könnte sich z.B. bei entsprechend professionellem Betrieb hervorragend im Wettbewerbsumfeld der deutschen und internationalen Hotelportale etablieren und damit hohe Einnahmen erwirtschaften.

Synergiepotentiale nutzen zwischen Berlin.de und .berlin

Die Top-Level-Domain .berlin kann dazu beitragen, dass das von BerlinOnline in einer Public-Private-Partnership mit dem Land Berlin betriebene Stadtportal Berlin.de und die Online-Medienangebote des Berliner Verlags führend in Berlin bleiben und durch .berlin wirtschaftlich gestärkt werden. Die Top-Level-Domain .berlin ist dabei als sinnvolle Ergänzung und Erweiterung der Angebote von Berlin.de zu sehen, nicht als Wettbewerb. Mit den .berlin-Domains wird Infrastruktur geschaffen, die sowohl Berlin.de als auch der Berliner Verlag zur Erweiterung und Spezifizierung ihrer bestehenden Kommunikationsinstrumente und Digitalisierungsstrategie nutzen können. Mit .berlin kann Berlin.de aber auch zu dem bevorzugten Anlaufpunkt für Berliner und Besucher bei fast jedem häufigen Suchbegriff werden. Eine .berlin kann dabei dazu beitragen, dass Berlin.de auch in Zukunft die kommunizierte URL (Adresse) des Stadtportals und der Stadt nach außen sowie bevorzugte Einstiegsseite in das Stadtportal ist.

Mit .berlin besteht die große Chance, dass Berlin.de sich breiter aufstellen und den Führungsanspruch als Metropolenportal im regionalen, nationalen und internationalen Umfeld weiter und nachhaltig ausbauen kann. Zudem würde Berlin.de mit .berlin-Domains im lokalen Onlinemarkt seine Positionierung festigen und weiter ausbauen können. Für Berlin.de und die Stadt Berlin ist .berlin aber auch die Chance, sich im innovativen Trend von regionalen und lokalen Top-Level-Domains als Trendsetter in der Liga von .nyc, .paris und .berlin zu positionieren.

Zielsetzung einer Zusammenarbeit

Zielsetzung einer Zusammenarbeit zwischen .berlin und Berlin.de sollte die Nutzung und Optimierung von Synergiepotentialen und Ertragsmöglichkeiten, die sich in Hinblick auf die Einführung der Top-Level-Domain .berlin ergeben, sein. Die Zusammenarbeit wird die jeweilige Onlinestrategie unterstützen, die Reichweite und Umsätze der Parteien erhöhen und die beiderseitige Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern. Zudem wäre in einer Zusammenarbeit eine herausragende Möglichkeit zu sehen, jeweilige Verantwortung für den Wirtschaftsstandort Berlin aufzuzeigen und unternehmerisches Ansehen, Image und Kompetenz durch die Zusammenarbeit bei einem innovativen Projekt zu gewinnen.

Dirk Krischenowski, August 2007