

## Online Business mit WordPress – Schritt 2 = Domainname

Kategorien : [Allgemein](#)

Schlagwörter : [WordPress](#)

Datum : 9. November 2016



Nachdem wir im ersten Artikel der „Online Business mit WordPress“-Serie die wichtigsten [Vorarbeiten und Planungen](#) gemacht haben, geht es nun zu den praktischen Schritten bei der Erstellung eines neuen Blogs.

**Dieser Artikel ist Teil einer Artikelserie zum Thema Online Business mit WordPress**

[Artikelserie zum Thema Online Business mit WordPress](#)

[Schritt 1 = Planung und Vorbereitung](#)

**Schritt 2 = Domainname**

[Schritt 3 = Content Planung](#)

[Schritt 4 = WordPress Installation](#)

[Schritt 5 = Piwik Installation](#)

[Schritt 6 = Verschiedene Nutzerkonten einrichten](#)

[Schritt 7 = WordPress Einstellungen](#)

[Schritt 8 = Suchmaschinenoptimierung für mehr Kunden & Umsatz](#)

[Schritt 9 = Beiträge optimieren mit dem SEO Plugin von Yoast](#)

[Schritt 10 = WordPress Plugins für Einsteiger](#)

[Schritt 11 = Keyword-Planer](#)

[Schritt 12 = Soziale Netzwerke in Yoast SEO konfigurieren](#)

[Schritt 13 = Personal Branding - Die ICH-Marke](#)

[Schritt 14 = WordPress Themes - Responsive Webdesign](#)

[Schritt 15 = WordPress absichern](#)

Schritt 16 = Blog-Vermarktung

## Domain

Grundvoraussetzung für eine eigene Website ist ein schlüssiger und zum Blog passender Domain-Name. Je näher er an dem eigentlichen Projekt liegt, umso größer ist die Chance, dass man vom Kunden- oder Interessentenkreis auf Anhieb gefunden wird. Vor der Beantragung einer Domain sollte man sich intensiv mit den damit verbundenen Themen auseinandersetzen: von der Wahl eines geeigneten und verfügbaren Domain-Namens bis hin zu den mit jeder Domain-Registrierung verbundenen rechtlichen Fragen.

## Neueste Auflage von Skript "Internetrecht"

Auf knapp 615 Seiten gibt Prof. Dr. Thomas Hoeren einen gut strukturierten und umfassenden Überblick über das Internetrecht. Das PDF umfasst die Themen Rechtsprobleme beim Erwerb von Domains, Urheberrecht, werberechtliche Fragen des Online-Marketings, Vertragsschluss mit Kunden, Datenschutzrecht, Haftung von Online-Diensten, Leistungsschutzrecht für Verleger, die BGH-Rechtsprechung und Abofallen im Internet.

Inhaltlich beginnt das Werk mit dem Erwerb von Domains, deren Inhalten, um dann ausführlich auf Fragen des Online-Marketings einzugehen. Weitere Themen sind der Datenschutz, Haftungsfragen und schließlich auch internationales Verfahrensrecht.

Das Dokument steht auf den Institutsseiten kostenfrei als Download bereit. Wem das Werk gefällt, der ist gebeten, einen Obulus in die Kaffeekasse des Instituts zu geben.

<http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/itm/wp-content/uploads/Skript-Internetrecht->

[Oktober-2016.pdf](#)

## Prozess der Namensfindung

Wie soll das Blog-Projekt heißen, unter welchem Namen soll die Marke im Markt etabliert werden? Wer sich auf die Reise der Namensfindung begibt, weiß manchmal gar nicht, wo und wie er anfangen soll. Dafür hab ich einfache Schritte aufgestellt, die zeigen, wie es geht.

Ich helfe dir Schritt für Schritt bei der Suche nach einem Namen und gebe dir unterwegs leicht verständliche Tipps aus der Praxis, die zeigen, wie einfach die Namensfindung sein kann.

### 1. Bestehende Namensrechte prüfen

Manchmal kommen Eingebungen für Domainnamen plötzlich. Du verliebst Dich augenblicklich in die Idee, Deinen Blog so zu benennen. Doch bei aller Euphorie: Bleibe erst einmal in der Realität und prüfe, ob Dein genialer Name nicht schon vergeben ist.

Gib Deinen Namenswunsch einfach bei Google ein und schau Dir die Ergebnisse an. Du kannst ziemlich sicher sein, dass Dein Name in den Suchergebnissen auftaucht, wenn er bereits vergeben ist.

Hier geht es direkt zur Suche beim Amt der [Europäischen Union für Geistiges Eigentum](#). Gib Deinen Namenswunsch in die Suchleiste ein und prüfe, ob er schon für Marken vergeben wurde.

### 2. Methoden zur Namensfindung anwenden

Hilfreiche Tools

Im Internet existiert eine ganze Reihe von Tools, die beim Namensfindung behilflich sind. Ich stelle dir einige Möglichkeiten zur webbasierten Namensfindung vor:

Ein sehr simples Tool ist [Nameboy](#), das einfach aus einem Haupt- und einem Zweitwort mögliche Kombinationen erstellt – Suche nach freien Internet-Domains inbegriffen.

Mehr in Richtung Domainsuche geht der [Domaintyper](#), der zwei Funktionen zusammen bringt: Einerseits den Web2.0-Name-Generator, der jede Menge Fantasie-Firmennamen erstellt, andererseits die Suchfunktion, die in Echtzeit die Verfügbarkeit von Domainnamen überprüft.

[NameRobot](#): Hier finden Existenzgründer und Projektstarter schnell und günstig vielfältige Ideen für Domainnamen. Anschließend können diese auch direkt auf ihre Verfügbarkeit überprüft werden.

[Dotomator](#) lädt dazu ein, mit thematischen Wortteilen zu spielen und sie verschieden zu kombinieren. Aus zwei Listen lässt sich jeweils ein Sujet für einen ersten und einen zweiten Wortteil auswählen.

### 3. Designer und Kreative zur Namensfindung beauftragen

Auch die Community der Kreativschaffenden ist eine interessante Anlaufstelle bei der Namensfindung. Kreativplattformen vermitteln Gründern auf Namensfindung Designer und andere Kreativschaffende, die nach einem Briefing zum Projekt mehrere Vorschläge machen, aus denen einer ausgewählt wird. Ist die Namensfindung geglückt, wird der Ideengeber gekürt und für seine Arbeit bezahlt. Einige solcher Plattformen sind:

[designlassen.de](https://designlassen.de), [Crowd Relations](https://crowdrelations.com) oder [Atizo](https://atizo.com)

Nicht ganz so günstig, wie jene Crowdsourcing-Plattformen ist der direkte Gang zu meinem [Büro für Gestaltung](#).

### 4. Strategien

1. Zusammengesetzte Worte – Paypal, Firefox, WordPress, Fashion Friends: Die klassische Möglichkeit, um an einen unbenutzten Begriff zu kommen. Hierbei sind obenerwähnte Tools hilfreich.
2. Wortkombinationen – Mehrere Wörter zusammengesetzt zu einem Halbsatz oder einer passenden Aussage, Beispiele: Allofmp3, Myspace, Du darfst.
3. Verschmelzungen – Microsoft (Microcomputer + Software), Skype (Sky + Peer-to-Peer), Wikipedia (wiki + encyclopedia). Mit der einen Hälfte lässt sich das Produkt oder die eigene Dienstleistung ansprechen. Der zweite Teil beschreibt dieses dann näher oder macht ein vorteilhaftes Statement dazu.
4. Leicht modifizierte Worte – Poken, Google, iPhone. Sie irritieren anfangs, sind unverbraucht oder kommen ein wenig schräg daher und generieren so Aufmerksamkeit.
5. Fantasieworte – Meebo, Zalando, Zimbra. Sehr farbige Begriffe sind möglich, die von sich aber keine eigene Bedeutung transportieren.
6. Kalauer – Dooyoo, Teuxdeux, Automattic (Matt ist der Name des Firmengründers) – humorige Schreibweisen oder Anspielungen, die auf einem bestehenden Wort oder Spruch basieren.
7. Abkürzungen – BMW, AOL, ICQ.

### 5. Klingt komisch!

Hat man einen Namen gefunden geht es neben dem Check, ob eine passende Domain noch frei ist, darum, herauszufinden, ob der Name auch wirklich gut zum Blog passt. Es ist also an der Zeit, eine kleine Marktforschung zu betreiben. Bitte einfach Deine Freunde darum, an Deiner Umfrage zur Namensfindung teilzunehmen. Stelle Fragen zur Assoziation mit dem Namen und befrage deine Freunde, wie sie den Namen finden.

Mache den Anrufbeantworter-Test! Spreche deinen Wunschnamen auf den Anrufbeantworter deiner Bekannten. Sage den Domain-Namen nur einmal, ohne Wiederholungen und ohne ihn zu buchstabieren. Wenn deine Bekannten deine Website damit im ersten Anlauf finden, dann hast du eine "gute" Domain.

### Peinliche Momente in anderen Sprachen

Besonders bei Fantasienamen sollte man darauf achten, dass der Name in wichtigen Sprachen nichts Ungewolltes bedeutet - eine Falle, in die selbst große Unternehmen immer wieder tappen. Ein Beispiel für eine Namenspanne lieferte der Autobauer Lamborghini mit seinem Modell Reventón. Der italienische Name klingt wie das Spanische el reventón und heißt dort schlichtweg Reifenschaden. Um solche Misere zu vermeiden, helfen ein paar einfache Vorsorgemaßnahmen: Der Anbieter [WordSafety](#) überprüft, ob der Name eine negative Bedeutung in einer anderen Sprache haben könnte, die Google-Option „meinten Sie“ benutzen und den Begriff bei verschiedenen Wörterbüchern eingeben und überprüfen, ob das Wort bereits existiert oder ähnliche Vorschläge angezeigt werden. Wer ganz auf Nummer sicher gehen will, lässt den Namen von einer Übersetzungsagentur professionell prüfen. So sollt ihr markenschädliche Peinlichkeiten von vornherein ausschließen können.

### Wie wichtig ist die passende Domainendung?

Ganz klare Antwort: Sehr wichtig. Die Domainendung muss zum Projekt passen und sollte besonders bei Unternehmen und Blogs den Nutzern Seriosität demonstrieren. Sprichst du eine lokal begrenzte Zielgruppe an, ist eine länderspezifische Domainendung oder Top Level Domain (ccTLD) deine erste Wahl – also beispielsweise .de, .at oder .ch.

### Country Code Top-Level-Domain (ccTLD)

Eine länderspezifische Top-Level-Domain (ccTLD) ist für Google ein starkes Signal, dass der Inhalt der Domain überwiegend für das jeweilige Land bzw. dessen Suchmarkt bestimmt ist.

Endungen einer ccTLD sind z.B. .de, .at oder .ch usw. Demnach nimmt Google bei einer Domain mit ccTLD, also z.B. [www.exmaple.de](#), an, dass die Inhalte für den deutschen Suchmarkt relevant bzw. vorgesehen sind.

Es gibt mehr als 200 ccTLDs, wobei jedem Land genau zwei Zeichen als Abkürzung des Domainnamens zugeordnet werden.

### Geographic Top-Level-Domain (geoTLD)

Eine geografische Top-Level-Domain (geoTLD) unterscheidet sich dahingehend von einer ccTLD, als dass sie im eigentlichen Sinne eine generische Top-Level-Domain (gTLD) ist, jedoch einen klaren Fokus auf eine geographische, geopolitische, ethnische, sprachliche oder kulturelle Gemeinschaft hat bzw. dessen bildet.

Am 11. Dezember 2013 schrieb zum Beispiel das Ruhrgebiet mit der Einführung der neuen Ruhr-

Domain ein Stück Internetgeschichte. Denn noch vor Weltmetropolen wie London, Paris und Berlin ging das Ruhrgebiet mit einer eigenen Domain-Endung an den Start. Die Ruhr-Domain hat gut drei Jahre nach ihrer Freischaltung ein virtuelles Zuhause für Ruhrgebietler und Ruhrgebiets-Fans geschaffen.

Statt auf herkömmliche Webadressen unter .de oder .com zurückzugreifen, stellen immer mehr Unternehmen ihren Bezug zum Ruhrgebiet über das regionale Kürzel .ruhr her. Ein Bekenntnis zur Heimat, das auch gewerbliche Vorteile bringt: ein besseres Suchmaschinenranking sowie neue Optionen für lokales Marketing.

Die regionale Ruhr-Domain bildet das Ruhrgebiet jetzt auch im Internet ab. Als weltweit erste, neueingeführte Domain-Endung mit geografischem Bezug gingen die Ruhr-Domains noch vor denen der Weltmetropolen London, Paris und Berlin online. Zugleich ist die Top-Level-Domain .ruhr die erste Domain-Endung, die nach der Einführung von .de in Deutschland vor mehr als 30 Jahren den Betrieb aufgenommen hat. Neben .ruhr für das Ruhrgebiet wird Deutschlands Domainlandschaft von weiteren geoTLDs wie .berlin, .koeln oder .bayern bereichert, denen weitere in Zukunft folgen.

Für europaweite Aktivitäten bietet sich .eu an. Internationale Alternativen sind .com, .biz, .info oder auch .net. Diese allseits beliebten Endungen haben einen entscheidenden Vorteil: Die Nutzer sind an diese Endungen gewöhnt – es fällt leichter, Adressen mit einer bekannten TLD einzutippen als exotische Endungen.

## Neu: .blog-Domains für Dein Blog!

Vielleicht hast du bereits sogar eine Domain DeinName-Blog.com. Wusstest du, dass du jetzt die Domain DeinName.Blog bekommen kannst?

Wie auch immer deine jetzige Domain aussieht. Eine .blog-Domain ist aussagekräftiger, zumeist kürzer und daher merkfähiger. Die Merkfähigkeit der Domain einer Webseite ist der Schlüssel zum Marketingerfolg der Webseite.

Den Zusammenhang zwischen einer besseren Sichtbarkeit in Suchmaschinen und den Neuen Top-Level-Domains hat eine Studie von Searchmetrics für die Berlin-Domains bereits erwiesen. Webseiten mit .berlin-Domains sind bei regionalen Suchanfragen in Google häufig besser platziert als Webseiten mit .de-Domains und .com-Domains. Das Ergebnis der Searchmetric-Studie lässt sich wie folgt zusammenfassen: "Bei 42% der Suchanfragen ranken .berlin-Domains lokal besser."

[Ranking-Analyse neuer Top-Level-Domains: ‚.berlin‘-TLDs in der lokalen Google-Suche](#)

## Sollte ich für meinen Domain-Namen Markenschutz beantragen?

Dieser Schritt ist auf jeden Fall sinnvoll. Markenschutz kann allerdings nur für „Fantasienamen“ beantragt werden. Domainnamen, die beschreibend sind kannst du dagegen nicht markenrechtlich schützen, da es an Unterscheidungskraft mangelt.

Formulare zur Eintragung einer Marke sowie weitere Informationen zu diesem Thema findest du auf der Webseite des [Patent- und Markenamtes](#).

## **Jetzt bist du gefragt!**

Worauf sollte man bei der Namensfindung für das nächste Projekt Deiner Meinung nach achten? Welche Tools, Portale sind deiner Erfahrung nach bei der Namensfindung besonders hilfreich und können bei der Entwicklung Zeit sparen?

Hast du Anregungen, Ergänzungen, einen Fehler gefunden oder ist dieser Beitrag nicht mehr aktuell? Dann freue ich mich auf deinen Kommentar.

Du kannst diesen Beitrag natürlich auch weiterempfehlen. Ich bin dir für jede Unterstützung dankbar!

(Bild: [Sashkin](#) / [Shutterstock.com](#))

## **Nutzen Sie die Situation zur Digitalisierung.**

Der r23:Blog will kleineren Unternehmen in der Krise helfen: Nutzen Sie die Situation zur Digitalisierung. Wir helfen Ihnen dabei, online zu gehen: Mit uns gibt es die eigene Website in 72 Stunden - kostengünstig und unkompliziert.

Wir erstellen Ihnen auf Basis von [WordPress](#) einen [Corporate Blog](#)

### **Wie können wir Ihnen helfen?**

Sie wollen online richtig verkaufen? Wir unterstützen Sie bei der Umsetzung Ihres E-Commerce Projektes! Egal ob 360° Produktfotografie, 3D Scan Service, Charakterdesign, 3D-Visualisierung oder Architekturvisualisierung – wir beraten Sie persönlich und unverbindlich.

### **Wo kann ich Anregungen, Lob oder Kritik äußern?**

Ihre Meinung ist uns wichtig! Schreiben Sie uns, was Ihnen in Bezug auf unser Angebot bewegt. [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

### **R23 — Ihre Digitalagentur für Virtual Reality und interaktive Markenerlebnisse**

Wünschen Sie ein individuelles Angebot auf Basis Ihrer aktuellen Vorlagen, nutzen Sie einfach unser [Anfrageformular](#).

<https://blog.r23.de/online-business-mit-wordpress-schritt-2-domainname/>

Besuchen Sie uns auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#).

r23

Thüringenstr. 20

58135 Hagen

Deutschland

Telefon: 02331 / 9 23 21 29

E-Mail: [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

Ust-IdNr.:DE250502477