

# **nic.at DOMAINSTRATEGIE-Studie**

## **Unternehmen, Agenturen, Registrare**

### **Gesamtergebnisse**

**Wien, 02.07.2012**

## UNTERSUCHUNGSINHALTE

- Schnittstellen Registrare - Agenturen – Unternehmen – nic.at
- strategisches Vorgehen bei Domain-Registrierungen
- Informationsstand und Erwartungshaltung zur Markteinführung neuer TLD
- Kommunikations- und Informationsbedarf durch nic.at

## STICHPROBE

### A. quantitativ

- I. n=220 Telefoninterviews Unternehmen < 6 Domains österreichweit
- II. n= 32 Teilnehmer Onlinebefragung Registrare
- III. n= 32 Teilnehmer Onlinebefragung Agenturen

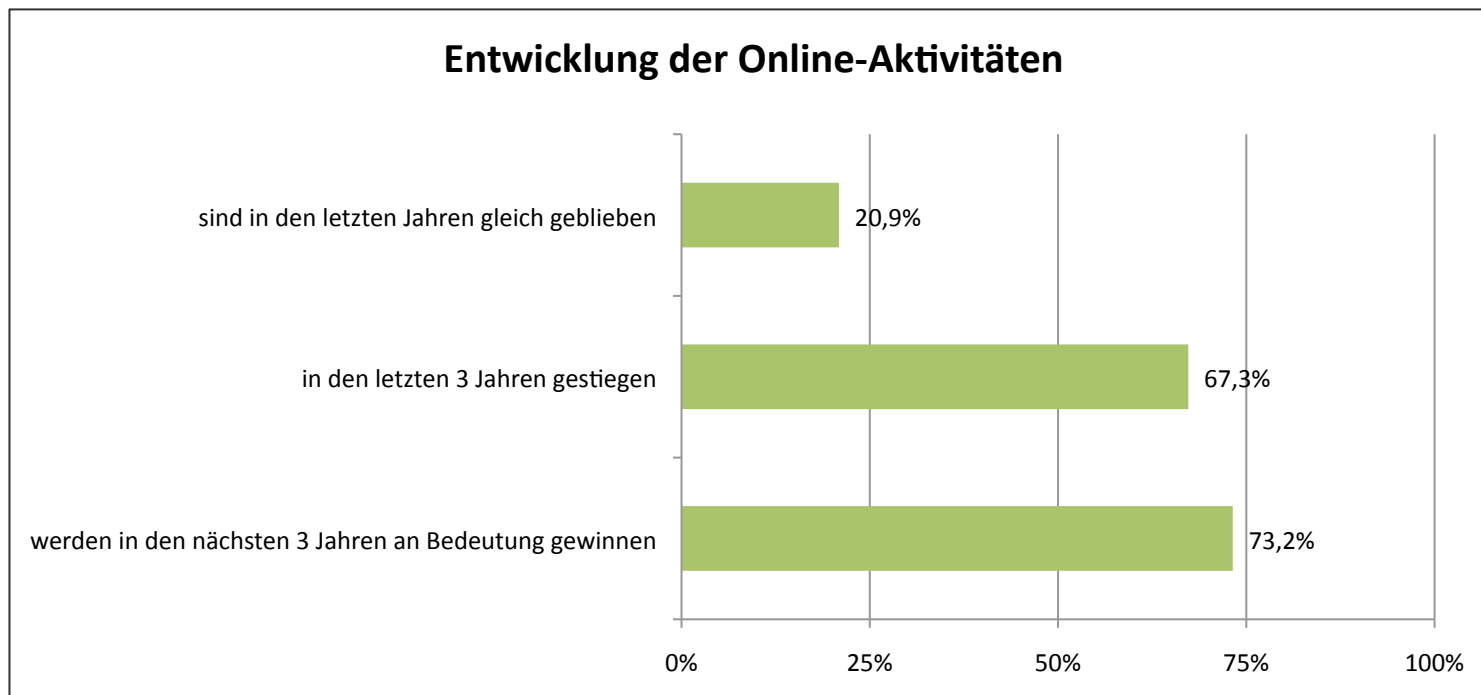
### B. qualitativ *(in Folge nicht grafisch dargestellt)*

- I. n=28 persönliche Experteninterviews Agenturen
- II. n= 8 persönliche Experteninterviews Unternehmen

## ZEITRAHMEN

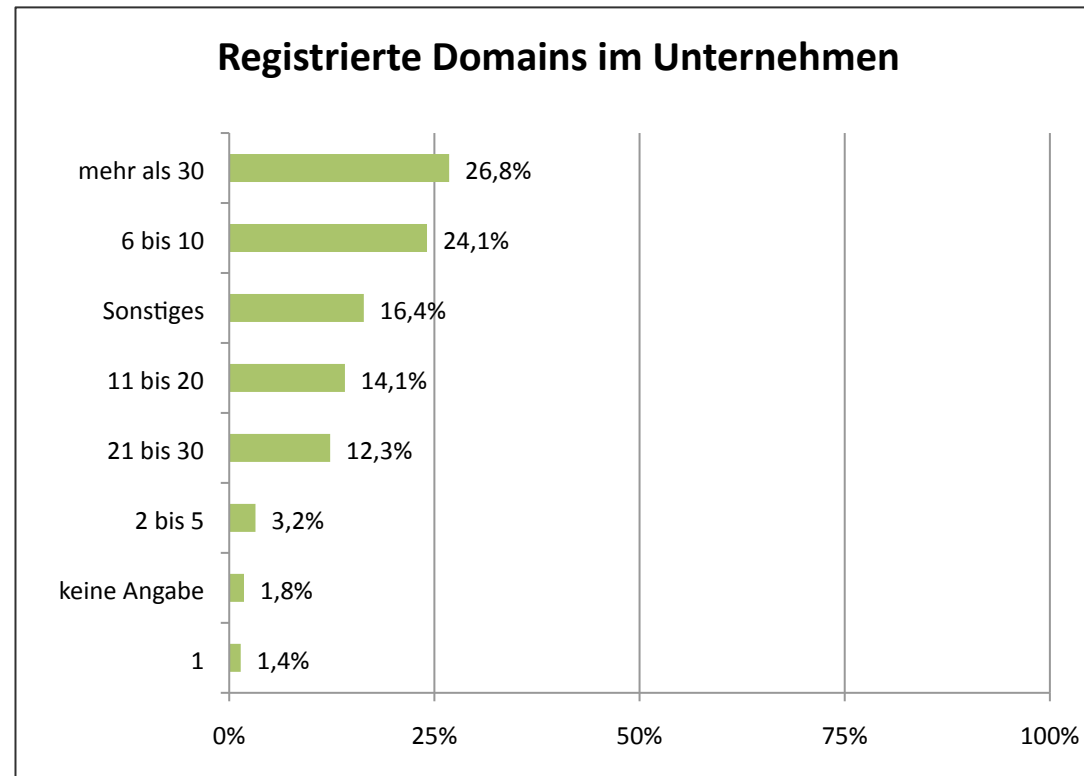
April – Juni 2012

## Der BOOM ist noch nicht vorbei – Online-Aktivitäten gewinnen weiter an Bedeutung ....

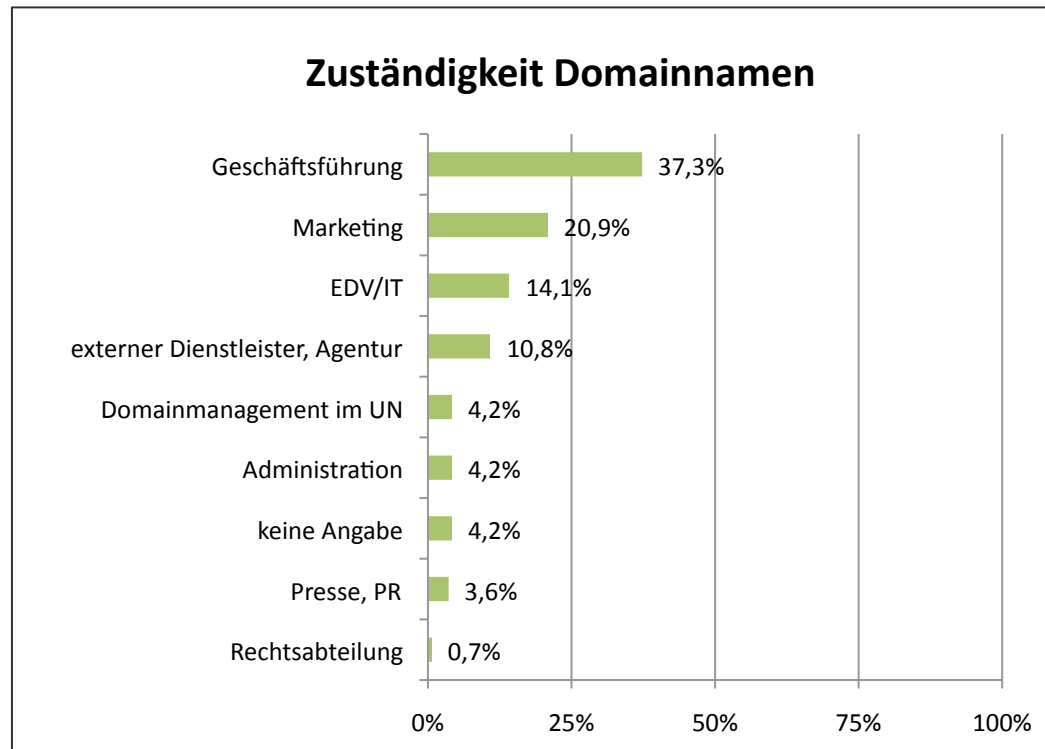


66,7% der Agenturen und 53,1% der Registrare beobachten in den letzten Jahren eine deutlich **positive Entwicklung** im Hinblick auf **Bewusstsein, Wert und die Verwendung von Domain-Namen**.

## Mehr als 50% der befragten Unternehmen führen > 6 Domains ...

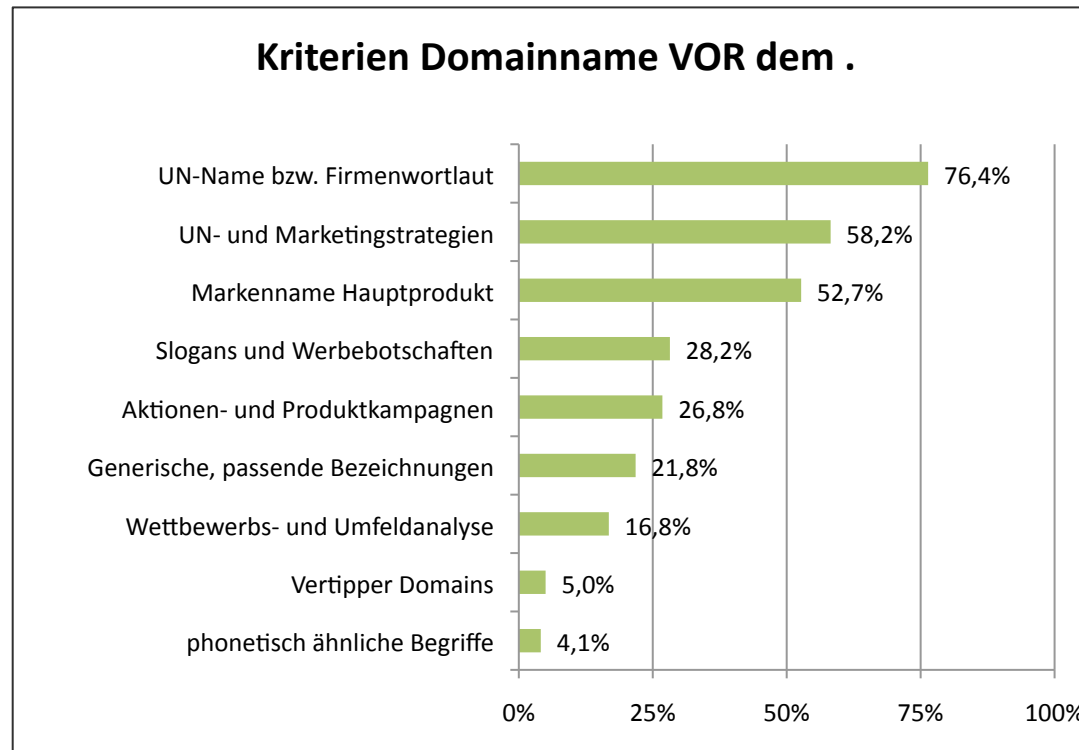


## Domainname ist Chefsache ...



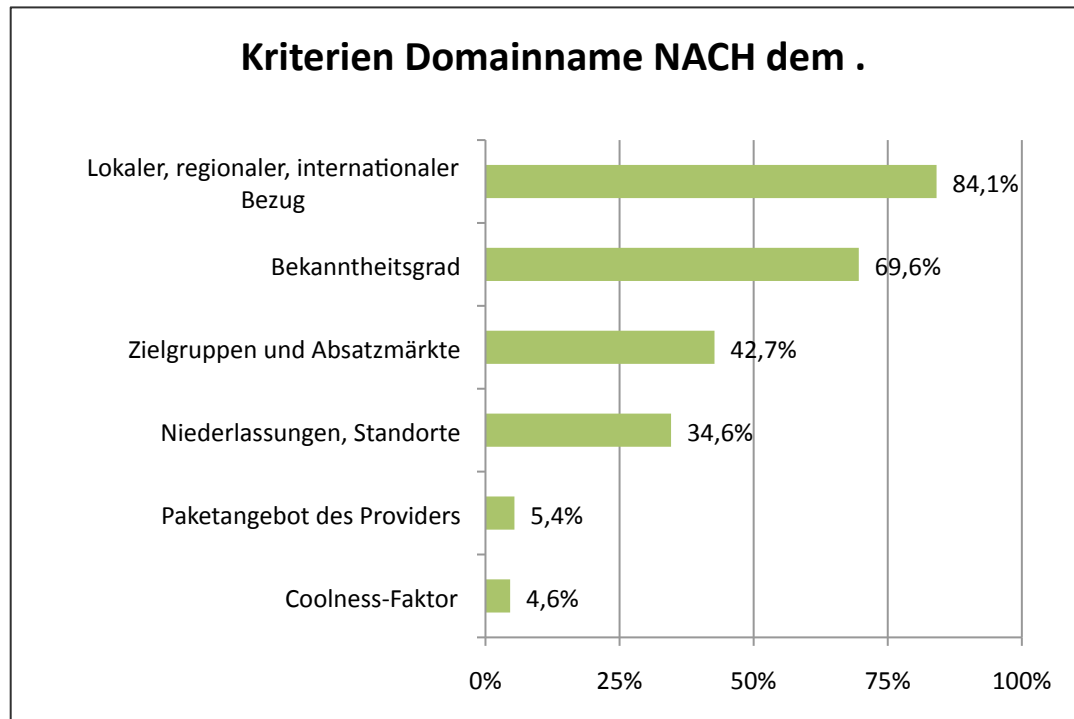
Trotz dieser Tatsache sind Domain-Zuständigkeiten und Abläufe in Unternehmen meist nicht geregelt, sodass Registrare und Agenturen unterschiedlichste Ansprechpartner haben. Lediglich 4,2% führen ein dezidiertes Domain-Management im Unternehmen.

## Erkennbarkeit Unternehmen steht VOR DEM .

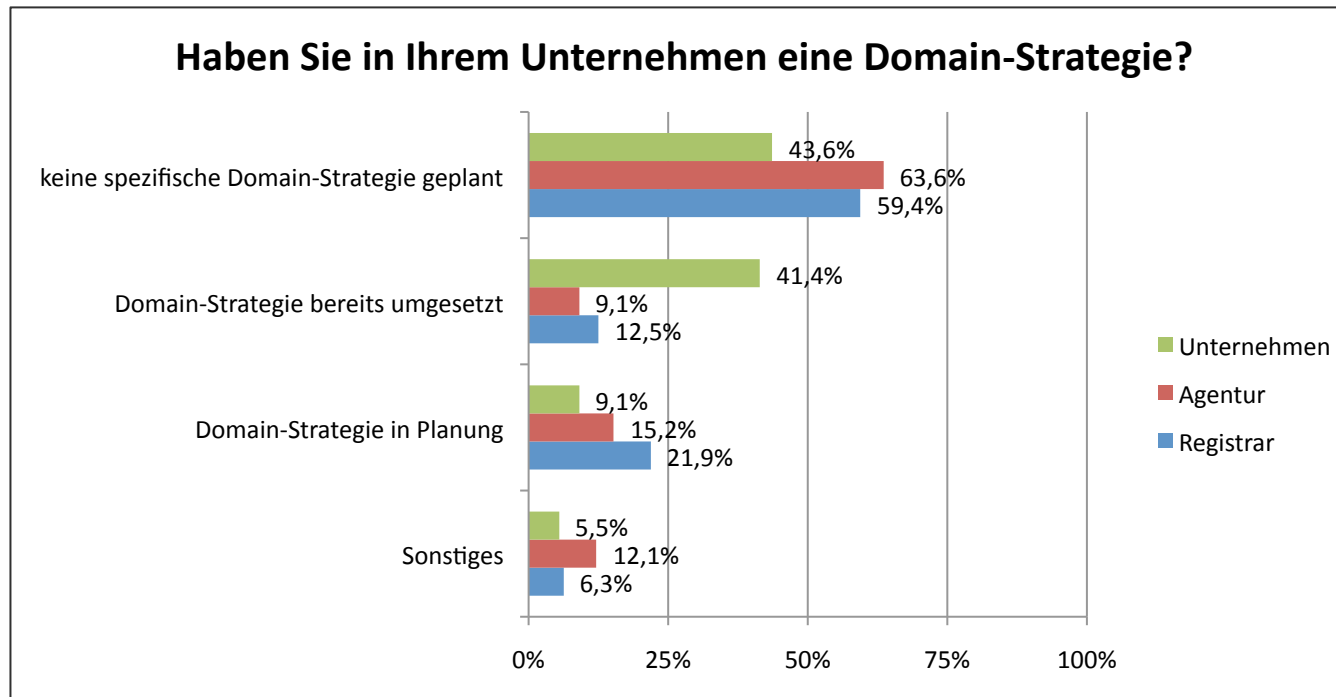


Der Domainname VOR dem . ist marketinggetrieben, während jener NACH dem . vertriebsgesteuert ist. Das Potenzial im Bereich Kampagnen und Slogans ist derzeit noch ungenützt.

## Vertrieb entscheidend für Domainnamen NACH DEM .



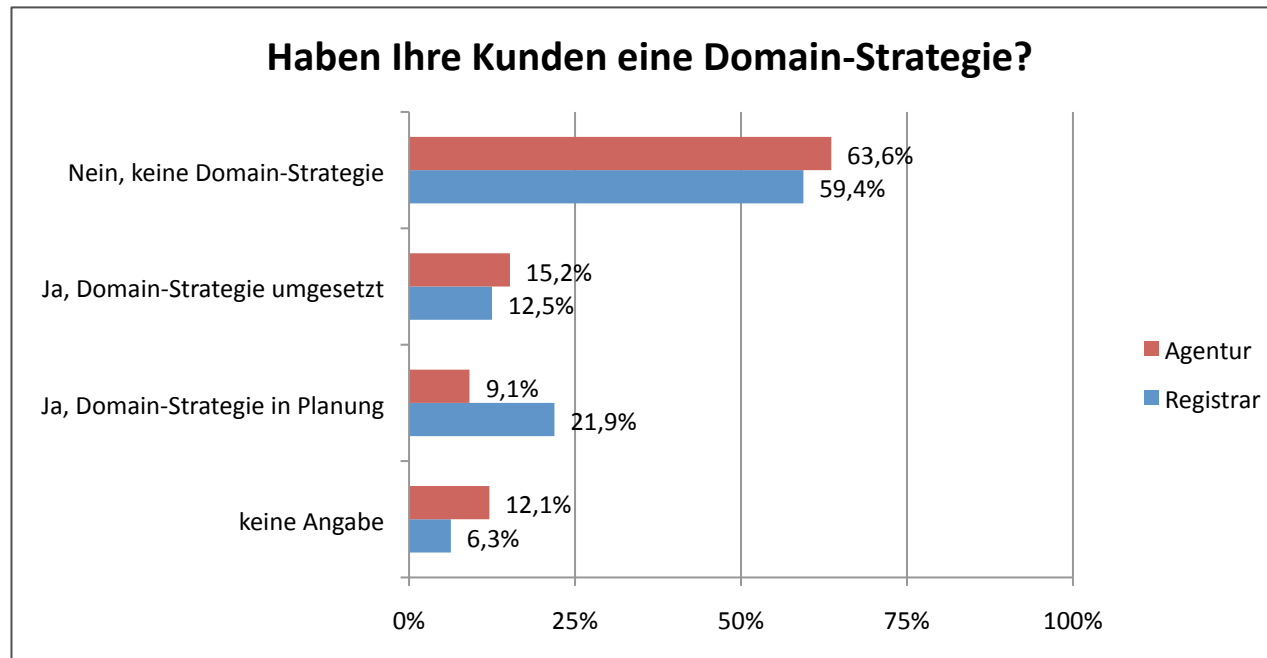
## Domain-Strategien, die keine sind ...



Unternehmen sehen ihr Vorgehen bei Domain-Registrierungen deutlich strategischer, während Agenturen und Registrare als Spezialisten dies bei ihren Unternehmenskunden nicht beobachten.

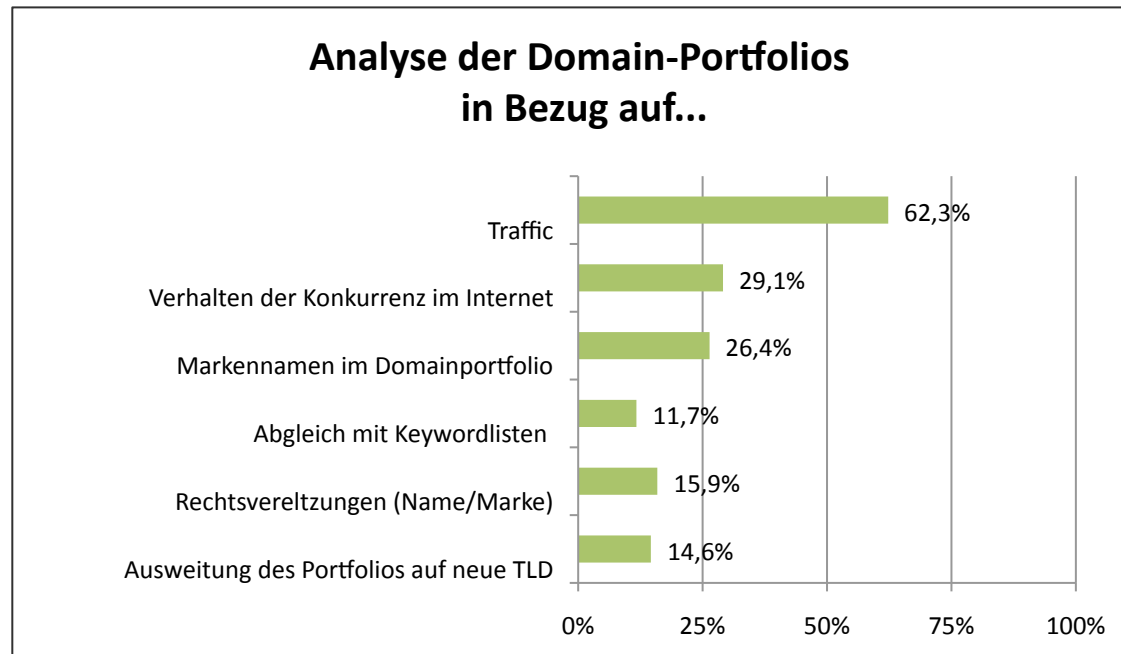


## Das Strategie-Zeugnis der Agenturen und Registrare ....



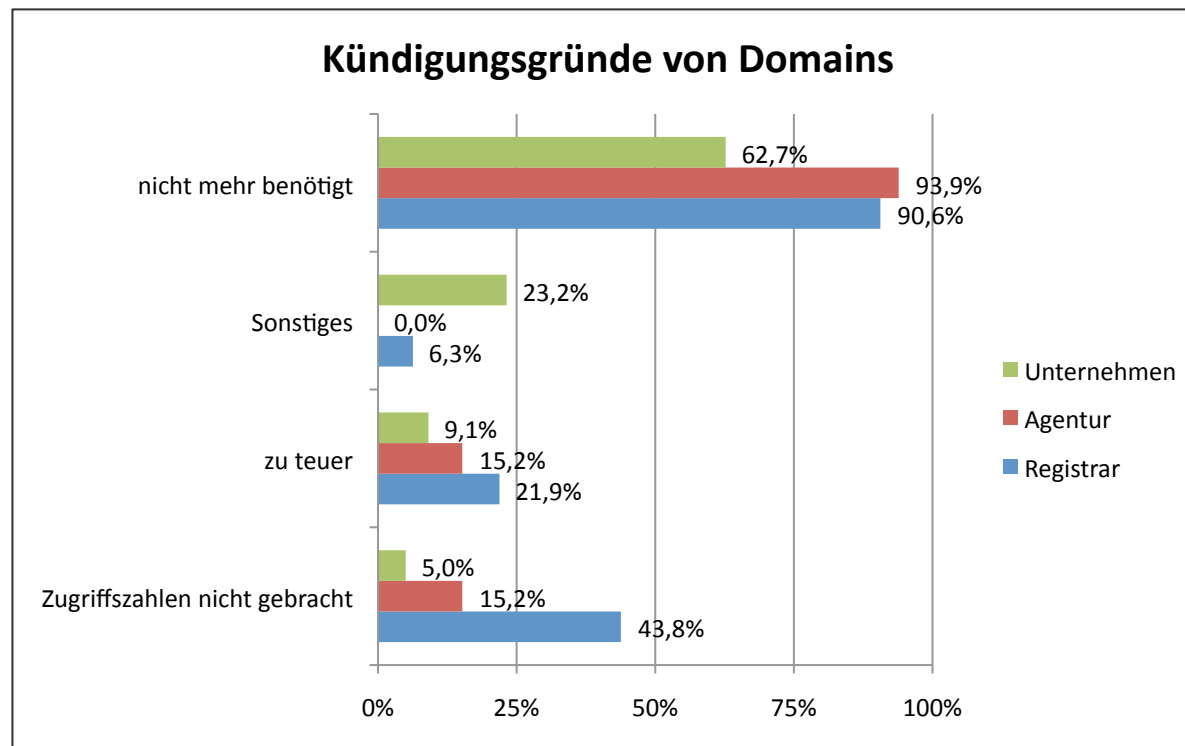
Für Agenturen und Registrare macht bei ihren Kunden die Registrierung eines Domain-Namens noch lange keine dahinter liegende Strategie aus. Vielmehr ist eine Domain-Strategie aus ihrer Sicht eher die Ausnahme.

## Traffic bestimmt Domain-Portfolio-Analyse ...



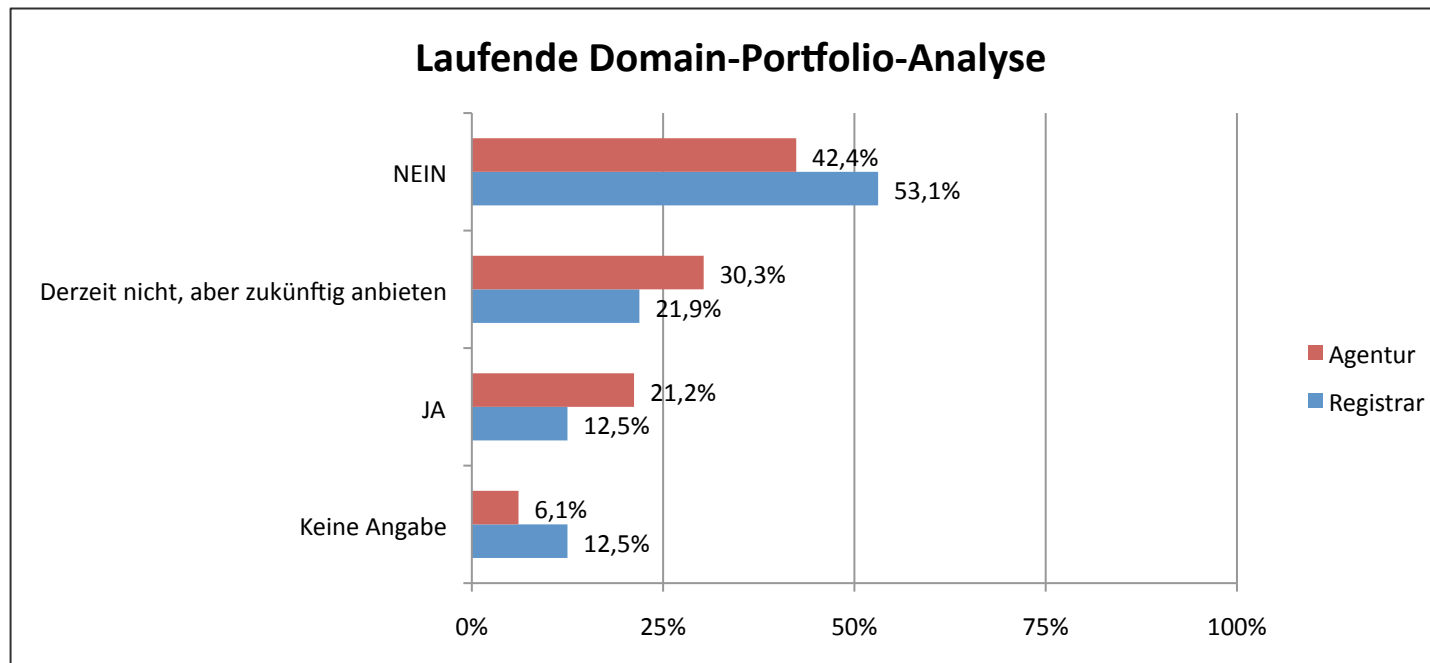
Aus Sicht der Agenturen und Registrare hat die Analyse des Traffic im Vergleich zu jener von Produkt und Marke sowie Wettbewerbsanalyse geringere Bedeutung.

## Kündigungsgründe von Domains

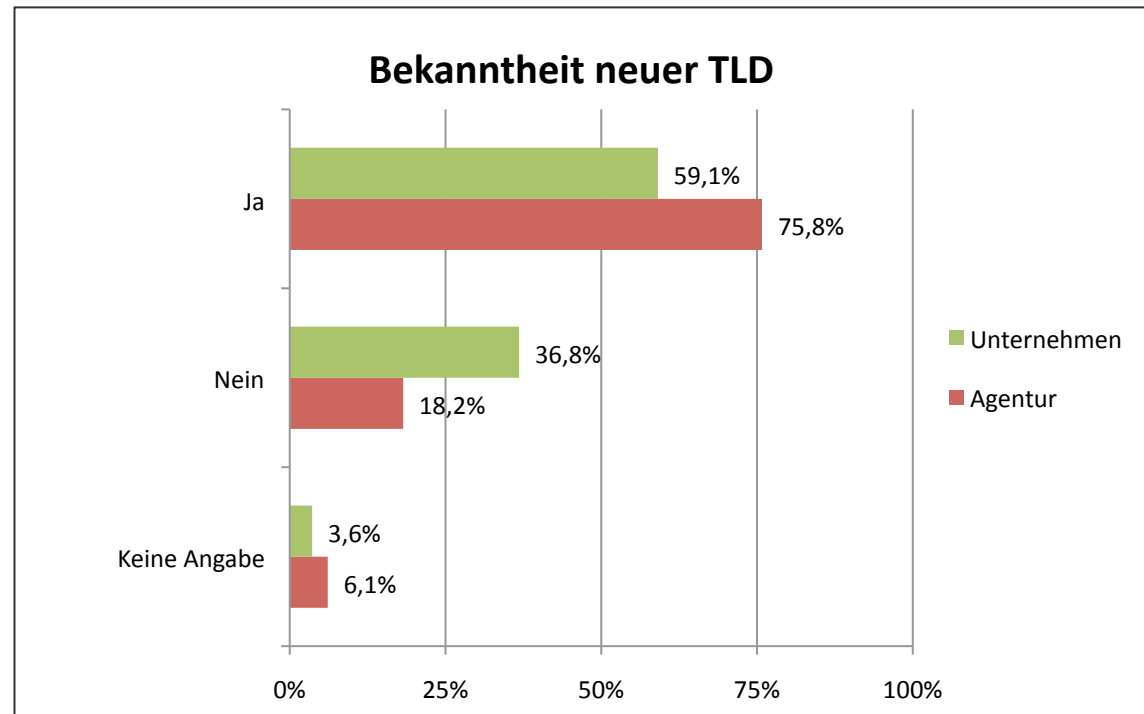


Die aktive Nutzung entscheidet über das Auslaufen oder Kündigen von Domains.

## Ein Drittel der Agenturen und jeder fünfte Registrar plant künftig Domain-Portfolio-Analysen anzubieten ...

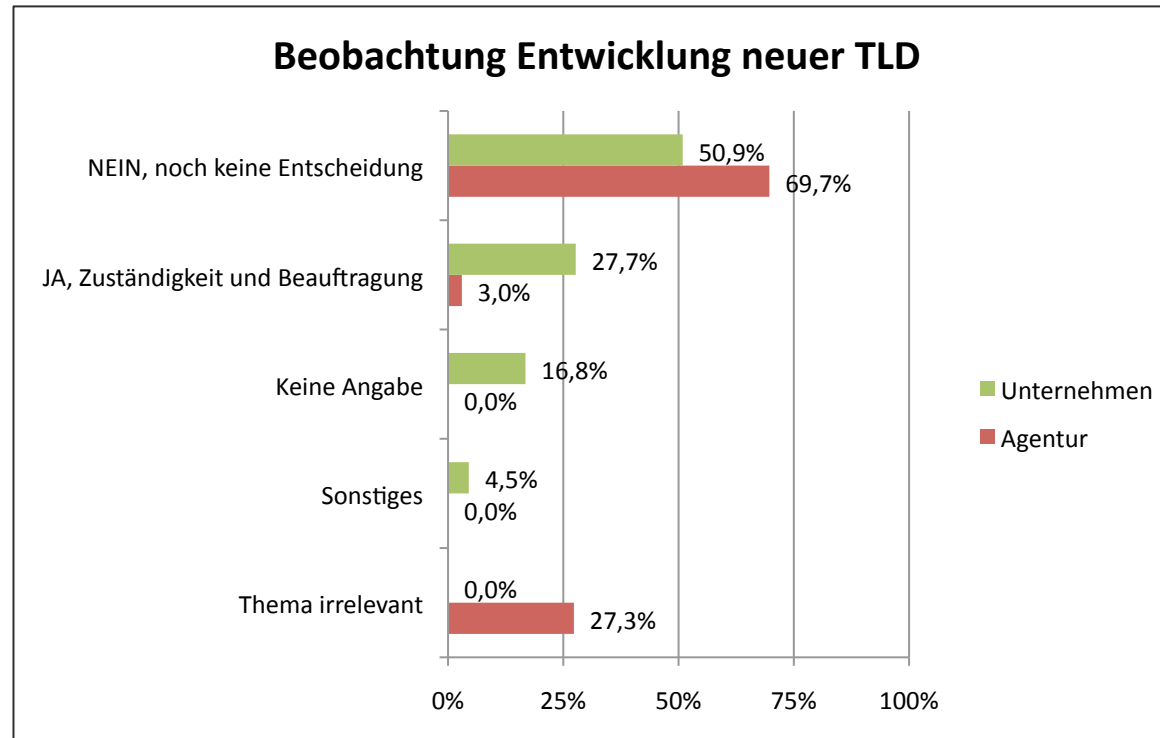


## Bekanntheit TLD bei Agenturen höher ....



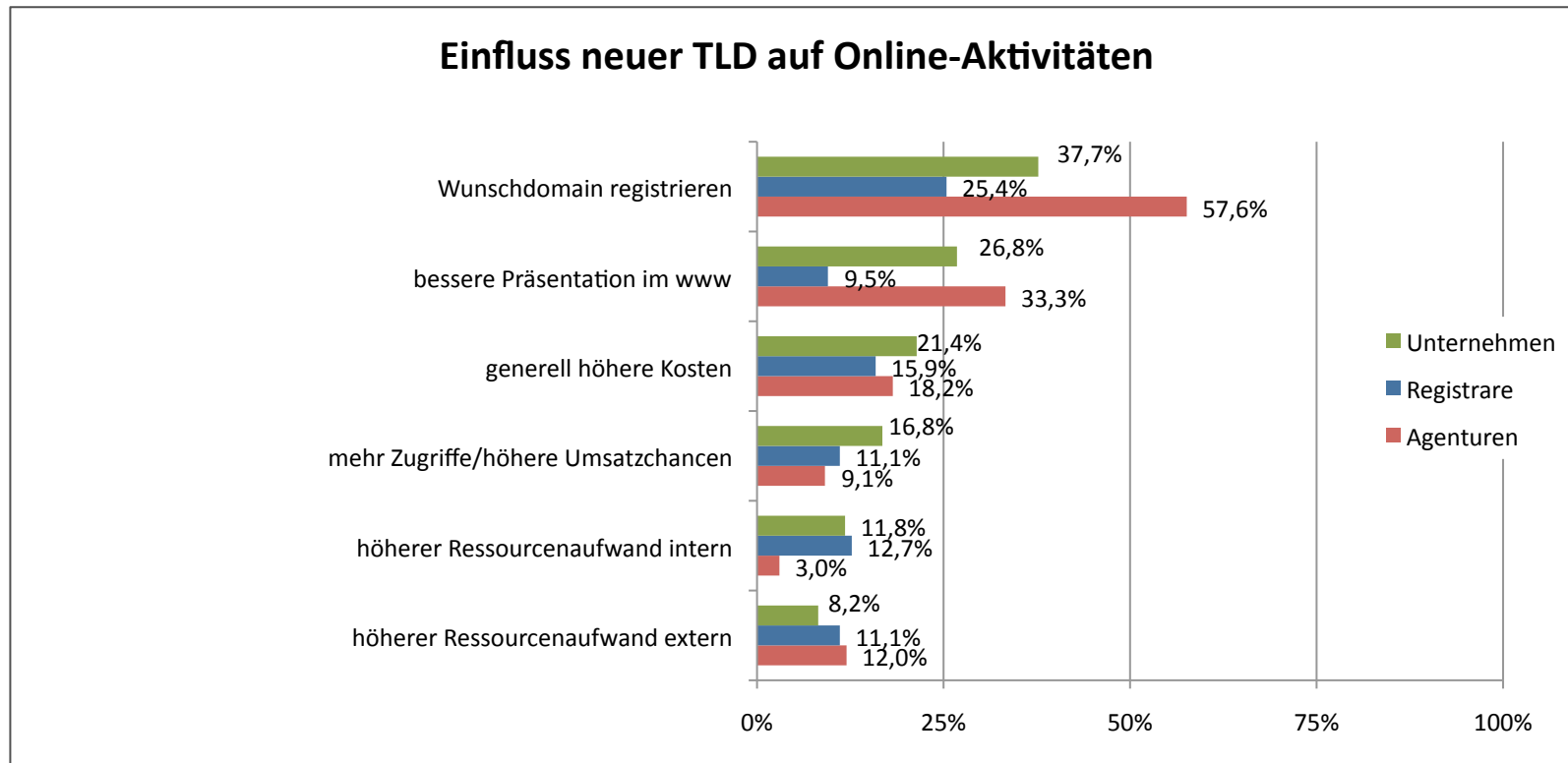
Obwohl fast 60% der Unternehmen über neue TLD Bescheid wissen, haben 69,7% der Agenturen und 68,8% der Registrare noch keine Kundenanfragen dazu erhalten. Bei den Nennungen neuer TLD dominieren jene aus dem deutschsprachigen Bereich wie **.wien**, **.tirol**, **.bayern**, **.reise**. Es ist also mit einer intensiven Marktdifferenzierung und verstärktem Positionierungsdruck zu rechnen.

## Unternehmen beschäftigen sich konkreter mit TLD ...



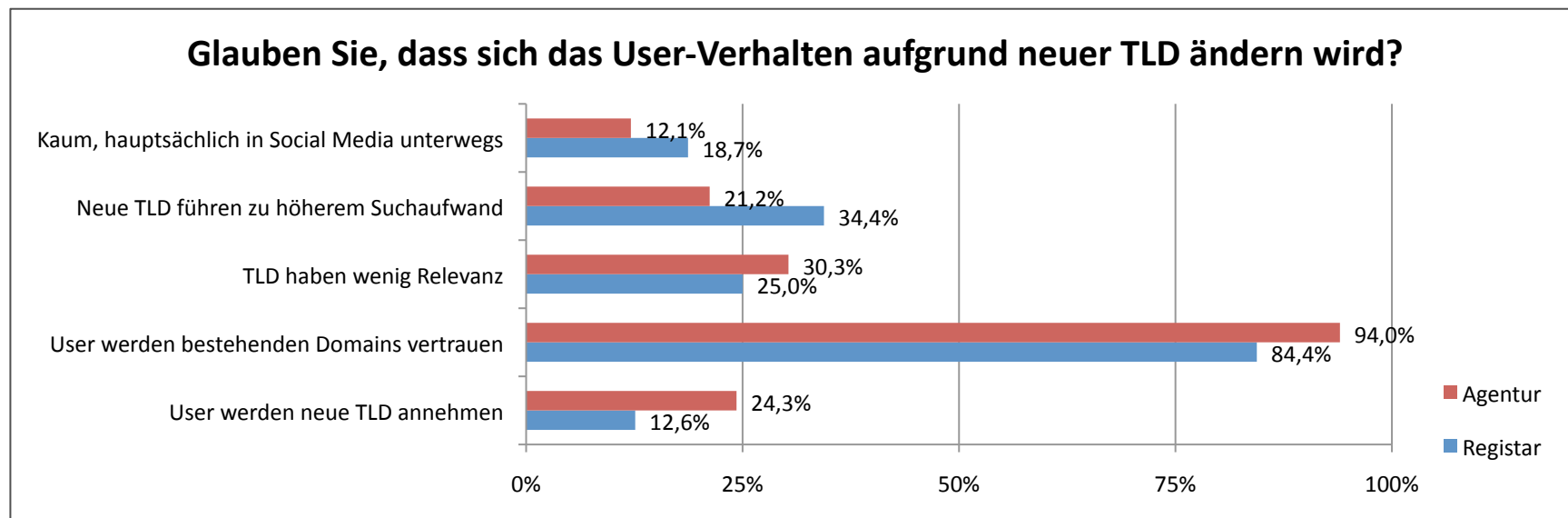
Das Interesse der Unternehmen an neuen TLD zeigt für die Zukunft hohes Potenzial für Agenturen im Hinblick auf die Kundenansprache und –betreuung. Dennoch sind 70% der Agenturen selbst noch unentschlossen bzw. geben 27% an, dass das Thema irrelevant für sie ist.

## TLD realisieren Wunsch-Domain, verstärken Präsenz im www ....



Unternehmen und Agenturen haben das große Ganze und neue Möglichkeiten im Blick, Registrare eher den Prozess und den Aufwand der Implementierung neuer TLD.

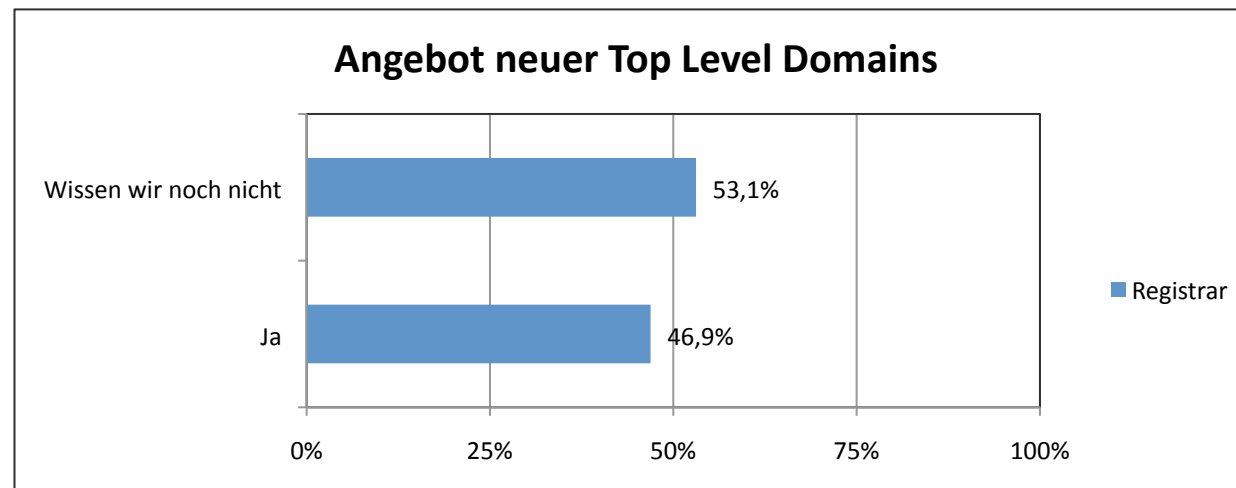
## Bestehende Domains dominieren weiterhin User-Verhalten



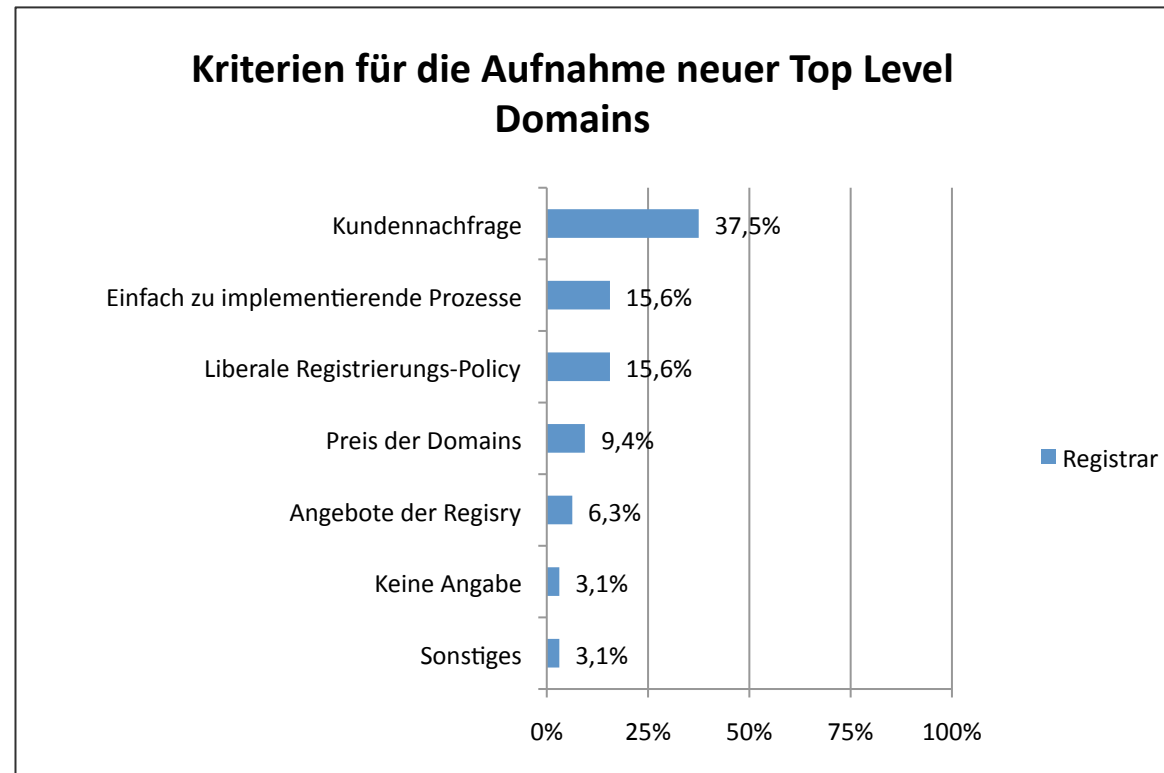
Nur jeder 7. Registrar und jede 4. Agentur meint, die User würden neue TLD annehmen. Das Vertrauen der User gehört aus Sicht der beiden Expertengruppen zu 84,4% bzw. 94,% den bestehenden TLD.



## Registrare in Bezug auf neue TLD noch unentschlossen...



## Kundennachfrage und einfache Prozesse entscheidend für TLD ...



Registrare orientieren sich deutlich nach dem Markt- und Kundenverhalten.