

Domainnamen - die Kernressource für jeden erfolgreichen Internetauftritt

Dot.museum

Am 16. November 2000 hat die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, kurz ICANN, nach langen Verhandlungen die sieben neuen generischen Top Level Domains bekanntgegeben; unter ihnen findet sich auch die **.museum**.

Ich will Ihnen in meinem Vortrag in den nächsten 30 Minuten einen Überblick über die Top Level Domain **.museum** verschaffen, über ihre Entstehungsgeschichte, die dafür mitverantwortlichen Institutionen, die Voraussetzung für die Registrierung unter **.museum** und die Ausgestaltung der Domain.

Was hat es mit dem Internet und der Top Level Domain **.museum** auf sich und was bedeutet das für Sie?

Das Internet.

Das Internet ist Ihnen bekannt. Es handelt sich dabei um eine Ansammlung von miteinander vernetzten Rechnern. Auf diesen Rechnern befinden sich Informationen, die über jeden Computer mit Internetanschluss abrufbar sind. Um an diese Informationen heranzukommen, müssen Sie an Ihrem Rechner in die Adresszeile des Browsers eine Adresse eingeben. Sie werden dann mit dem entsprechenden Rechner im Internet verlinkt, der die Informationen gespeichert hat und können diese herunterladen.

Das Adressverzeichnis.

Das Internet erfreut sich wachsender Beliebtheit. Nicht nur werden ständig Informationen über das Internet abgerufen, sondern es werden ständig neue Informationen in das Internet eingespeist. Täglich gibt es Tausende neue Adressen, die Sie über das Internet erreichen können und unter denen Informationen angeboten werden. Diese Adressen werden in Adressverzeichnissen gespeichert und verwaltet. Man nennt sie IP-Adressen. IP meint hier Internet Protokoll. Um die mittlerweile Zigmillionen Adressen besser überblicken zu können, gibt man ihnen Namen, sogenannte Second Level Domain-Namen, die auf den unterschiedlichen Top Level Domains wie **.org** **.com** und **.de** enden. **.museum** ist nun eine dieser Endungen.

Neue TLDs.

Aufgrund des Ansturms der Internet-Nutzer auf Domains, wurde der Raum für Domain-Namen immer knapper. Die das Internet verwaltende Organisation, die ICANN, beschloss schließlich, neue Top Level Domains einzuführen, um der Knappheit von Domain-Namen entgegenzutreten. Nach einer Ausschreibungsphase, in der Vorschläge für neue Adress-Endungen bzw. Top Level Domains abgegeben werden konnten, und einer Diskussionsphase, wurden sieben neue Domain-Endungen, die sieben neuen generischen Top Level Domains ausgewählt. Darunter befindet sich auch die **.museum**.

Warum überhaupt **.museum**?

Kurz gesagt, die Initiatoren der **.museum** glauben mit der für Museen vorgesehenen Top Level Domain wird der Nutzen des Internets für Museen massiv ansteigen.

Museen sind öffentliche Institutionen, die der Gesellschaft die reiche Geschichte der Menschen und ihrer Umwelt bereitstellen. Museen haben die Aufgabe, diese Materialien zu sammeln, zu bewahren und zu erforschen, um sie dann in Ausstellungen und Dokumentationen aufbereitet zugänglich zu machen. Ziel dieser Arbeit ist es, uns unsere Vergangenheit bewußt zu machen und uns im besten Falle Wissen und Erkenntnisse über unsere Geschichte als Rüstzeug für unser Handeln an die Hand zu geben. Die Bedeutung dieser Aufgabe von Museen ist evident. Damit werden die Vorteile der Museums-Domain deutlich: Mit ihrer Hilfe werden die Anstrengungen der Museen gebündelt. Die Top

Level Domain **.museum** führt zu einem effizienten Zugriff auf die von Museen bereitgestellten Informationen und stärkt Position und Ansehen der Museen in unserer Gesellschaft.

Wenden wir uns nun der wesentlichen Frage zu: Wer hinter **.museum** steht?

Und in diesem Zusammenhang, wo die Initiative für eine Museums Adresse im Internet startete?

Im Schwange war sie schon länger, wenn auch nicht explizit als **.museum**. Von Seiten des ICOM, dem International Council of Museum, einer Institution auf die ich gleich noch zu sprechen komme, wird das Thema bereits seit etwa 1995 verfolgt. Es konkretisierte sich aber kurz bevor die ICANN, die als non-Profit-Organisation das Internet verwaltet, im August vergangenen Jahres eine offizielle Ausschreibung für neue generische Top Level Domains veröffentlichte.

Hinter der Initiative für **.museum** stehen zwei Menschen: Cary Karp, Direktor der Abteilung für Informationstechnologie des schwedischen Museums für Naturgeschichte, und Kenneth Hamma, assistierender Direktor des J. Paul Getty Museum. Beide haben jahrelange Erfahrungen mit dem ICOM, das eine zentrale Rolle beim Entstehen der **.museum** einnimmt.

Cary Karp setzte sich beim ICANN-Meeting in Yokohama (13-16 Juli 2000) für eine Top Level Domain ein, die Internetkapazitäten für die Zugänglichmachung von Kulturgütern bereitstellt. Offensichtlich fand er dort Gehör.

Ende Juli 2000 beschlossen die Beteiligten anlässlich einer Besprechung beim J. Paul Getty Museum, dass es der Mühe Wert wäre, sich für die **.museum** einzusetzen. Nach weiteren Gesprächen und Kontakten und Anregungen mit und von Interessierten, wurde in den nächsten Wochen beschlossen, die Sache anzugehen.

In der zweiten Augustwoche 2000 veröffentlichte ICANN die Richtlinien für die Beantragung eines Vorschlags für neue Domains mit einer Frist bis Anfang Oktober.

Cary Karp und Kenneth Hamma arbeiteten in den folgenden Wochen die Einzelheiten aus. Und reichten schließlich den entsprechenden Antrag bei ICANN ein. Dabei wurden sie tatkräftig sowohl von ICOM als auch vom J. Paul Getty Trust unterstützt. Damit sind jedoch noch nicht alle Institutionen genannt, die zusammen an **.museum** beteiligt sind.

Welche Institutionen stehen dahinter?

Kenneth Hamma ist, wie gesagt, assistierender Leiter des J. Paul Getty Museums. Von dieser Seite erfolgte Unterstützung durch den

- J. Paul Getty Trust.

Dieser – im weitesten Sinne – Konzern mit Sitz in Los Angeles leitet das J. Paul Getty Museum und fühlt sich seit langem der Gemeinschaft der Museen verbunden und verpflichtet. Der J. Paul Getty Trust ist Mitbegründer von MuseDoma (zu der ich gleich mehr berichte) und Mitinitiator der **.museum**.

Als weitere Institution habe ich

- das International Council of Museums, kurz ICOM, genannt.

Es hat seinen mit Sitz in Paris. ICOM wurde 1946 von der UNESCO als unabhängige Organisation gegründet. Es steht der UNESCO in Fragen über Museen beratend zur Seite und vertritt die Interessen der Museen in aller Welt. ICOM hat zur Zeit etwa 15.000 Mitglieder aus 147 Ländern.

Beide Institutionen haben zusammen die Museum Domain Management Association, kurz MDMA, die jetzt weitestgehend unter MuseDoma firmiert ins Leben gerufen. Die Museum Domain Management Association bzw. MuseDoma ist der eigentliche Sponsor des Antrags auf Einrichtung der **.museum**. MuseDoma ist die Treuhänderin der **.museum**, ihre Aufgabe besteht darin, die zugangsbeschränkte Top Level Domain **.museum** für die Gemeinschaft der Museen auszugestalten, sie zu erhalten und zu verwalten.

MuseDoma wurde im vergangenen Jahr von ICOM und dem J. Paul Getty Trust gegründet und hat seinen Sitz in Delaware, USA. Sie arbeitet zur Zeit überwiegend von Stockholm, Paris und Los Angeles aus, den Standorten der ICOM, des J. Paul Getty Museums und des schwedischen Museums für Naturgeschichte.

Bei MuseDoma handelt es sich um eine non-profit Handelsvereinigung nach amerikanischem Recht, die sich ausschließlich, um die Belange ihren Mitgliedern, die ebenfalls non-profit Organisationen sind, kümmert. Einkünfte der MuseDoma dürfen ausschließlich dazu genutzt werden, die Ziele und Zwecke der Vereinigung zu unterstützen.

Im Rahmen ihrer Aufgaben wird MuseDoma den Registranten von **.museum**-Domains auch Zusatz-Dienstleistungen anbieten, an denen MuseDoma keinen Gewinn erwirtschaften wird. Was dieses Serviceangebot umfassen wird, ist noch nicht abschließend geklärt. Es bietet sich ein breites Spektrum an Möglichkeiten an wie beispielsweise:

- Gebührenfreie Domain-Registrierung für Museen, deren Verwaltungsbudget unterhalb einer bestimmten Höhe liegt
 - zur Verfügungstellung von
 - begrenztem Speicherplatz und eMail-Adressen
 - einfacher Website-Management-Software
 - einem Auskunftservice über alle Belange von Museen, angefangen bei Standard-Wörterbüchern bis hin zu professioneller Organisation, usw.

Die Mitgliederzahl von MuseDoma wird in Kürze ansteigen. Nicht nur Museen, sondern auch andere Organisationen und Einzelpersonen können Mitglied bei MuseDoma werden; in den Führungsausschuss dürfen allerdings nur offizielle Vertreter von Museen gewählt werden, die Mitglied von MuseDoma sind. Dieser Führungsausschuss besteht aus sechs Sitzen, von denen zur Zeit jeweils zwei von ICOM und vom J. Paul Getty Trust besetzt werden. Diese Sitze werden frei, wenn MuseDoma die angestrebte dauerhafte Unabhängigkeit erreicht hat. Die beiden weiteren Sitze können schon jetzt von Repräsentanten von Museen besetzt werden.

Ein bedeutendes Mitglied – oder Afiliate – der MDMA/MuseDoma ist CORE, das Internet Council of Registrars, das als technische Verwalterin der **.museum** vorgeschlagen wurde. CORE ist seinerseits eine Organisation, deren Mitglieder ausschließlich nicht Profit orientiert sind. Mitglieder der CORE sind Domain-Name-Registrare. Die Aufgabe von CORE besteht darin, ein gemeinsames Registrierungssystem für Internet-Domain-Namen zu erarbeiten und zu leiten.

Schließlich ist noch das schwedische Museum für Naturgeschichte als Afiliate oder Mitglied zu nennen, das insbesondere von Cary Karp, dem Direktor der Abteilung für Informationstechnologie des schwedischen Museum für Naturgeschichte repräsentiert wird. Zur Zeit unterstützt das schwedische Museum für Naturgeschichte MuseDoma durch die zur Verfügungstellung von Geldmitteln, Mitarbeitern und Dienstleistungen.

Warum hat man sich für den Namen "**.museum**" entschieden?

MuseDoma hatte auf seiner Vorschlagsliste zahlreiche Begriffe als Kandidaten für die Top Level Domain wie etwa .mus, .muse, .musea, **.museum** und .museums. Die Entscheidung, welcher der Begriffe schließlich Top Level Domain würde überließ MuseDoma der ICANN.

.museum wurde ausgewählt, weil es ein lateinisches Wort ist und so in einem weiten Umkreis verstanden wird.

Dass **.museum** aus sechs Buchstaben besteht ist nicht ungewöhnlich. Die insgesamt 213 vorgeschlagenen neuen TLDs variierten zwischen einer Länge von einem bis zu elf Buchstaben.

Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um sich eine **.museum**-Domain zu registrieren? **.museum** wird eine restriktive Top Level Domain. Das heißt, die Domain-Inhaber müssen vorgegebene Kriterien erfüllen, sonst können sie keine Domain unter **.museum** registrieren. **.museum** steht alleine Museen offen. Es stellt sich die Frage, was denn ein Museum ist. Hier hat die ICOM schon vor langem Vorarbeit geleistet. Artikel 2 ihrer Statuten enthält eine Definition, die für die Registrierung unter **.museum** herangezogen wird. Danach ist ein Museum:

ICOM Statutes: Article 2 - Definitions

1. (Ein Museum ist) eine nicht profitorientierte, dauerhafte Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die der Allgemeinheit offen steht und bedeutende Zeugnisse des Menschen und seiner Umwelt sich aneignet, sie bewahrt, erforscht, vermittelt und ausstellt zum Zwecke des Studiums, der Erziehung und dem Vergnügen.

a) Die obige Definition von Museum wird ohne Ausnahmen, die sich aus dem Wesen der Leitung des Museums, seinem territorialen Charakter, seiner Organisationsstruktur oder der Ausrichtung der Sammlung des Institutes ergeben können, angewandt.

b) ergänzend zu Institutionen, die aufgrund obiger Definition als Museen bezeichnet werden, fallen auch Institutionen mit folgenden Voraussetzungen unter den Begriff Museum:

(i) natürliche, archäologische und ethnographische Monumente und Plätze sowie historische Monumente und Plätze eines Naturmuseums, die wichtige Zeugnisse des Menschen und seiner Umwelt sich aneignen, sie bewahren und vermitteln;

(ii) Institutionen, die lebendige Tier- und Pflanzensammlungen besitzen und ausstellen, wie botanische und zoologische Gärten, Aquarien und Vivarien;

(iii) Science Center und Planetarien;

(iv) Restaurationseinrichtungen und Kunstaussstellungen, die von Bibliotheken und Archiven unterhalten werden;

(v) Naturreservate;

(vi) internationale, nationale, regionale und lokale Museums-Organisationen, für Museen verantwortliche Ministerien, Abteilungen oder Behörden;

(vii) non-profit Einrichtungen und Organisationen, die Forschung und Lehre, Ausbildung, Dokumentation und andere Aktivitäten in Verbindung mit Museen und der Wissenschaft von den Museen betreiben;

die Liste ließe sich noch fortzusetzen, was ich an dieser Stelle aber unterlassen möchte. Dem Ihnen vorliegenden Handout können Sie die Webadresse, unter der Sie die ICOM-Statuten finden, entnehmen.

Wie werden die **.museum** Adressen aussehen?

Noch ist unklar, wie die **.museum**-Adressen im einzelnen aussehen werden.

Es gibt Überlegungen, Institutionen die Registrierung von Second Level Domains zu erlauben, aber eine realisierbare Umsetzung ist derzeit nicht in Sicht. Man erwartet, dass Museen zu Beginn der Registrierungsphase die Registrierung von Second Level Domains erbitten könnten, aber einzelne Institutionen werden ausschließlich auf der Dritten Ebene der Adresse registriert werden können, unter regionalen oder generischen Second Level Domains.

MuseDoma hat unter anderem einen country code vorgeschlagen, der als Second Level Domain stehen und helfen soll, Namen und Rechte bestehender allgemeiner Namen wie etwa National Gallery leichter abzusichern. Domain-Namen würden dann wie folgt aussehen:

- nationalgallery.us.**museum**
- nationalgallery.uk.**museum**

.org zeichnet sich bereits jetzt als brauchbare Second Level Domain ab, desgleichen einige festgelegte Begriffe für virtuelle Museen. Den anvisierten Registranten soll auch ermöglicht werden, eigene Vorschläge für Second Level Domains zu unterbreiten, die – wenn sie übernommen werden – dann für alle offenstehen.

Generische Second Level Domains könnten dann etwa wie folgt aussehen.

- .art.**museum**
- .science.**museum**

MuseDoma beobachtet die Entwicklung der multilingualen Domains, also der Domains aus Sonderzeichen unterschiedlicher Zeichensätze, und will diese nach Möglichkeit frühzeitig übernehmen.

Unklar ist noch, wie mit rechtlich geschützten Museumsnamen umgegangen werden wird. Eine entsprechende Regelung ist bisher nicht getroffen. Aber man ist sich sicher, dass es eine Grundvoraussetzung der **.museum** sein muss, bestehende Namens- oder andere Rechte bei der Vergabe von Domain-Namen unter **.museum** zu berücksichtigen.

Die in diesem Zusammenhang auch Ihnen sicher bekannten Rechtsstreite um verletztes Namens- und Markenrecht wie etwa bei dem geschützten Namen Harry Potter, zeigen, dass an dieser Stelle Regelungsbedarf besteht. MuseDoma will für solche Fälle auf die von der ICANN erarbeitete Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, kurz UDRP, zurückgreifen und eine für die besonderen Anforderungen der **.museum** angepaßte Regelung erarbeiten, die im Einklang mit der eigentlichen UDRP steht. Dabei handelt es sich um eine Regelwerk, anhand dessen geprüft wird, ob eine Rechtsverletzung durch die Registrierung einer Domain stattfindet und ob die Domain auf den rechtmäßigen Rechtsinhaber übertragen wird muss oder nicht.

Wann gibt es **.museum**?

MuseDoma hatte zu Beginn dieses Jahres eine Registrierung ab Juli 2001 ins Auge gefaßt, die in Verbindung mit dem ICOM-Treffen in Barcelona beginnen sollte. Dieser Termin kann sicher nicht eingehalten werden. Die Verträge sind noch nicht unterzeichnet. Ob in diesem Jahr die **.museum** auf den Markt kommt, kann derzeit nicht mit Sicherheit gesagt werden.

Exkurs:

Wirtschaftliche Bedeutung von Domain-Namen und konkrete Einordnung von **.museum** in die Strategie für einen erfolgreichen Internetauftritt.

Untersuchungen haben ergeben, dass die überwiegende Mehrzahl von Internet-Nutzern zuerst intuitiv einen Begriff - ein Schlagwort – oder ein bekanntes Kennzeichen als Domain-Namen in das entsprechende Eingabefeld des Browsers eintippt, bevor – wenn überhaupt – auf Suchmaschinen zurückgegriffen wird.

Von entscheidender Bedeutung für einen erfolgreichen Internetauftritt ist aber gerade dieses Nutzerverhalten !

Die Domain wird damit aber zum zentralen Faktor für den Nutzen eines jeden Internetauftritts

Dies kann angesichts vieler Anbieter und Betreiber, die dem fatalen Irrglauben unterliegen, ihre Kunden, Besucher usw. bei ihrem Internetauftritt in eine andere Richtung beeinflussen zu können, gar nicht oft genug betont werden. Die Bedeutung der jeweiligen Domain-Absicherung wird oft erst dann erkannt, wenn es eigentlich schon zu spät ist.

Einerseits muss dann nämlich der hinsichtlich Gestaltung und Funktionalität teuer bezahlte Internetauftritt im Nachhinein gegen sogenannte „Trittbrettfahrer“, welche sich den entsprechenden Domain-Namen oder geläufige Tippfehler unter anderen Top-Level Bereichen gesichert haben und vom fehlgeleiteten Nutzerstrom partizipieren, verteidigt werden – und das kann teuer und bisweilen aussichtslos sein !

Auch hier gilt: Vorbeugen ist besser als Hinterherrennen – und mag man auch noch so im Recht sein! Oder würden Sie einen Dieb, der vor ihren Augen im Begriffe ist ihr Auto zu entwenden mit dem Argument davonfahren lassen, dass dieser Dieb ja irgendwann von den Ordnungsbehörden gestellt wird, Sie ihr Auto zurückerhalten und Sie somit wieder zu ihrem Recht kommen werden ? Sicher nicht!

Es zeigt sich, dass aber gerade dieser Mechanismus vielfach in der Vergangenheit augenfällig wurde. Anders ist die Zahl und Vehemenz juristischer Auseinandersetzungen um Domain-Namen in der Vergangenheit kaum zu erklären.

Die Tatsache, dass Kontroversen über Domain-Namen mehr und mehr auf dem juristischen „Schlachtfeld“ ausgetragen werden müssen, ist aber auch ein Indiz für ihre wirtschaftliche Bedeutung, welche sich ebenso in einem mitunter rechtlich nicht immer unproblematischen Handel derselben manifestiert. So wurde allein für die Zeichenfolge „business“ unter der Top-Level „.com“ nach unbestätigten Angaben zufolge ca. 11 Mio DM bezahlt ! Erste Streitwertschätzungen im Rahmen einer juristischen Auseinandersetzung in den USA um die Domain „sex.com“ gehen von einem merkantilen Wert allein dieser Adresse von mehr als 250 Mio US-Dollar aus.

In Deutschland findet sich mittlerweile auch eine beträchtliche Entscheidungssammlung im betreffenden Bereich bis hin zum BGH. Namens-; Marken- und Wettbewerbsrecht sind hierbei das wesentliche Tummelfeld bei der Auseinandersetzung um Städtenamendomains (z.B.: heidelberg.de), Internetadressen von Prominenten (z.B. Steffi Graf oder Gunther Jauch) oder Gattungsbegriffen als Domain-Namen.

Aus all dem Gesagten erkennen die gut beratenen Entscheidungsträger in den Unternehmen klar die Notwendigkeit sich VOR einem Internetauftritt um die multiple Absicherung der entsprechenden Adresse zu kümmern. Es ergibt keinen Sinn Hunderttausende oder gar Millionen in den Internetauftritt zu investieren um sodann festzustellen, dass die vergleichsweise geringen Registrierungsgebühren für eine multiple Absicherung der Internetadressen – möglichst weltweit – von jemand anderem bezahlt worden sind, mit dem man sich nun um jede einzelne Domain streiten muss.

Was gilt es zu beachten ?

- so viele TLDs wie möglich abdecken.
- Tippfehler- und Bindestrichdomains gleich registrieren und auf die richtige Adresse umleiten.
- Domain-Namen sollten so kurz wie möglich sein – ggf. sind auch Abkürzungen zu berücksichtigen.
- Die gewählte Domain muß den „Anrufbeantwortertest“ bestehen, d.h. Sie muß ohne weiteres durch Zuruf ohne lästiges Buchstabieren eindeutig verstanden werden.
- Rechtliche Absicherung – ggf. nach Markenrecherche auch Markenschutz – um nicht selbst Ziel von Abmahnungen und Gerichtsverfahren zu werden.

Ist nun nach all dem gesagten die Entscheidung für Sie mit der Einführung von **.museum** einfacher geworden ?

Nach dem eben Gesagten trifft – wie unschwer zu erkennen ist - genau das Gegenteil zu !

Wenn es nämlich zutrifft, dass Domainnamen die Kernressource im Internet sind und – oder besser gesagt – gerade weil das Nutzerverhalten die Richtschnur für den Betreiber von Webseiten sein muss, dann wage ich folgende provokante These:

.museum ist keinesfalls eine Alternative für Museen! Sie ist jedoch eine zusätzliche spezifisch zu registrierende Domain, die für jedes Museum – und eben exklusiv für Museen - zusätzlich in deren Domain-Portfolio nicht mehr fehlen darf.

Ich gehe aber noch einen Schritt weiter:

Wenn ein kompliziertes Sublevel-System unter **.museum** eingeführt werden wird, dann wird es dem Normalnutzer schwer fallen, eine ihm mitgeteilte Domain unter **.museum** optimal mnemotechnisch zu verarbeiten und zu Hause vor dessen Computer zu reproduzieren.

Es kann daher kaum dringend genug empfohlen werden, eine umfassende Absicherung der unter **.museum** angestrebten Registrierungen vorzunehmen – auch wenn dann später allein die entsprechende Zeichenfolge unter **.museum** kommuniziert werden soll. D.h. ganz konkret den Namen des Museums selbst, der bevorstehenden Ausstellung usw. unter allen relevanten TLDs und übrigen Gesichtspunkten ebenfalls zu registrieren.

Und wenn dies geschehen ist, dann ist die jeweilige Zeichenfolge unter **.museum** nicht nur effektiv sondern auch ein vortreffliches Aushängeschild für die Akteure – aber eben keine Alternative!

© Markus Eggensperger 2001

Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung, am 28./29. Mai 2001 im Historischen Centrum Hagen.

Die Tagung wurde veranstaltet durch das
Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler
Rheinisches Archiv- und Museumsamt
LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

