

Winterthurer Firmen-Domains vermehrt mit .swiss-Endung

Von Thomas Renggli und George Stutz

Schweizer Qualität kombiniert mit Sicherheit – mit der Domain «.swiss» (www.dot.swiss) existiert ein Label, das Datenklau, Cybermobbing und Identitätsdiebstahl im Internet ausschliesst.

Winterthur Shopping-Touren auf Onlineplattformen oder Buchungen von Ferienreisen können oft zum bösen Erwachen führen. Sogenannte «Fake Shops» kassieren die Vorauszahlung und schicken minderwertige Ware. Gelegentlich wird das bestellte Produkt auch gar nicht geliefert – oder das gebuchte Hotel existiert nicht. Vorgetäuschte Liefer Schwierigkeiten oder andere Ablenkungsmanöver sollen die Kunden daran hindern, rechtliche Schritte einzuleiten.

Anträge vom Bund geprüft

In der Schweiz können solche Ärgernisse durch eine .swiss-Adresse vermieden werden. Alle Antragssteller werden vom Bund gründlich geprüft. Nur Unternehmen mit physischem Geschäftssitz und einem Handelsregistereintrag in der Schweiz können sich dafür registrieren und damit auftreten. Das macht .swiss immer stärker zum weltweit einfach verständlichen Gütesiegel für Produkte und Dienstleistungen von Schweizer Unternehmen und Organisationen.

Schoch Werkhaus setzt auf .swiss

Von diesem Effekt profitiert auch der Winterthurer Unternehmer Jan Schoch. Er erklärt, weshalb er für die Homepage seiner LED-Bürostehleuchten JSL.CLASSIC und JSL.PURE die Endung .swiss gewählt hat: «Unsere Leuchten werden zu über 75 Prozent in der Schweiz hergestellt. Aus diesem Grunde war es sinnvoll, die Endung .swiss zu wählen. Dies als starkes Statement zum Markt Schweiz.»

Die Endung sei für seine Produkte fast selbstredend, sagt der Inhaber der Büro Schoch Werkhaus AG: «Die Reaktionen sind durchwegs positiv und wir müssen kaum mehr er-



www.jsl.swiss – Jan Schoch setzt für seine Stehleuchten-Linie auf die für Schweizer Produkte bezeichnende Domain-Endung.

wähnen, dass wir diese Produkte in der Schweiz produzieren.» Auch für das Werkhaus hat Schoch die .swiss-Endung bereits reserviert: «Wir werden sicher nächstens hier auch einen Wechsel vornehmen.»

Verwechslung mit China

Im internationalen Verkehr besteht im Zusammenhang mit China oft viel Raum für Missverständnisse. Guido Guggenberger, Geschäftsleiter und Firmeninhaber der Ostschweizer Firma Prewag spricht aus eigener Erfahrung: «Mit der alten Internetadresse prewag.ch wurden wir oft mit China in Verbindung gebracht. Dank der Domain .swiss gibt es keine Zweifel mehr über unseren Standort.» Deshalb ist es für Guggenberger klar, dass er auch die E-Mail-Adressen eher früher als später umstellen werde: «Dies ist nur eine IT-Frage», sagt Guggenberger. Der marketingtechnische Mehrwert von .swiss sei so gross, dass man dieses Potenzial nicht verschenken dürfe.

Schweiz authentisch präsentieren

Vor allem in puncto Marketing und Werbewirkung wird der Wertge-

winn hoch eingestuft. René Dönni Kuoni, Vizedirektor Bundesamt für Kommunikation (Bakom), sagt: «Die Domain .swiss gibt es, damit die Schweiz im Internet einen Ort erhält, wo sie authentisch dargestellt werden kann. Der Bund hat .swiss aufgeschaltet, damit Firmen, Organisationen und die öffentliche Hand einen sicheren Ort finden und nutzen, an dem wir auch überprüfen können, wer dahintersteckt und wo die Schweiz authentisch präsentiert wird.»

Immer mehr Metropolen setzen auf eigene Endungen

Diese Einschätzung wird von ausländischen Tendenzen gestützt. Je länger je mehr setzen grosse Metropolen in ihrer Positionierung auf Domains mit lokalgeografischer Endung. Beispiele sind London, Paris, New York (NY), Berlin, Köln (Köln) und Cologne, Elsass (Alsace), Korsika oder Yokohama. Der Trend ist klar: Wichtige Destinationen sind im Internet mit ihren eigenen Endungen präsent und verstärken ihren Markenauftritt. Daran orientiert sich auch der Schweizer Bund. In einer «obligatorischen Empfeh-

lung» hat er .swiss zu einer offiziellen Domain erklärt. So kommt man unter www.gov.swiss direkt auf die Seite des Bundesrates. Unter easy.gov.swiss erreicht man die Plattform, die Unternehmen eine schnelle Abwicklung der Behörden-gänge ermöglicht.

Grosse Strahlkraft nutzen

Im Bakom beobachtet man die Tendenz, dass bei medialen Nennungen der Domain die Gesuche für Adressen mit .swiss zunehmen. Davon ist auch der Zürcher Werber Frank Baumann überzeugt: «Branchen, die die Notwendigkeit besitzen, mit der Schweiz in Verbindung gebracht zu werden, fahren mit .swiss sicher richtig.» Grosses Potenzial sieht er auch bei nationalen Berufs- und Sportverbänden. Damit spricht Baumann die grösste Strahlkraft der Domain an. Für einen geringen Aufpreis erhält man einen Mehrwert, der sonst eine grössere Investition bedeuten würde: marketingtechnisch, visuell und emotional. Wer schliesslich eine Internetseite mit der Endung .swiss anklickt, kann sicher sein: Dort, wo Swiss draufsteht, ist auch Swiss drin.