



Der Weg zu Ihrer Firmenwebsite

Wenn von einer Homepage gesprochen wird, so ist meist die unter einer www-Adresse erreichbare Website gemeint. Das kann eine einzelne Seite sein, ebenso aber auch ein komplexes Service-Portal. Jede Internetpräsenz setzt sich aus verschiedenen Elementen zusammen, deren einzelne Leistungsspektren wiederum ganz unterschiedlich sein können. Die wesentlichen Elemente Ihrer zukünftigen Homepage sind der einzigartige Domain-Name und die einzelnen Seiten, Grafiken und Funktionen.

Grundlage Ihrer Internetpräsenz ist der Web-space, Ihr Speicherplatz auf den Servern im 1&1 Hochleistungs-Rechenzentrum. Sie legen auf diesem Serverplatz nicht nur die Dateien Ihrer Homepage ab, sondern auch Grafiken und Dokumente sowie die mit dem Homepage-Baukasten erstellten Projekte und die vielseitigen

Ob Freiberufler, Gewerbe mit Online-Shop oder mittelständisches Unternehmen mit interaktiver Website – die Hosting-Pakete von 1&1 sind von Webspaces bis Features so konzipiert, dass sie für jeden Anspruch die passende Lösung liefern.

Formulare und Features, die in Ihrem Webhosting-Paket enthalten sind, und benötigen daher von Anfang an ausreichend Platz für eine zukunftsträchtige Internetpräsenz.

1&1 Webspaces mit optimaler Sicherheit

Der Homepage-Speicherplatz für Ihre Firmenwebsite sollte auch für Änderungen und geplante Erweiterungen ausreichen: Bei den großzügigen 1&1 Hosting-Paketen stoßen Sie dabei nicht schnell an die Grenzen. Als Anhaltspunkt: Eine mit Dreamweaver MX aus dem 1&1 Software-Paket erstellte Homepage mit 50-70 einzelnen Seiten, 30 kleineren Grafiken und 40 mittelgroßen Produktabbildungen braucht weit unter 10 MByte Webspaces. Selbst der kleinste der 1&1 Hosting-Tarife bringt 200 MByte Speicherplatz mit.

Moderne Internetpräsenzen werden immer anspruchsvoller, daher hat die 1&1 Internet AG bereits Anfang des Jahres den Speicherplatz in sämtlichen Tarifen verdoppelt. Wie viel Sie benötigen, hängt davon ab, wie viele Grafiken, Dokumente und andere Dateien wie Multimedia-Files Sie hochladen möchten. Der Webspaces in den 1&1 Hosting-Paketen ist in jedem Fall reichlich bemessen, von 200 MByte im kleinsten Paket 1&1 Home bis 2.000 MByte für den Tarif 1&1 Professionell. In diesem Monats-

preis enthalten ist jeweils auch ein großzügig bemessenes monatliches Transfervolumen, das bis zur jeweiligen Paketgrenze alle Kosten für übertragene Daten – also die Seiten Ihrer Homepage, Dateien und Bilder – abdeckt. Darin enthalten sind auch versendete und empfangene Mails sowie der Upload von Daten auf den 1&1 Webspaces.

Reichlich Transfervolumen inklusive

1&1 hat übrigens auch den Inklusiv-Traffic aller Webhosting-Pakete verdoppelt, als die Speicherplatzvergrößerung vorgenommen wurde, so dass je nach Tarif zwischen 15 und 100 Gigabyte im Preis enthalten sind. Alle 1&1 Webhosting-Pakete sind mit einem umfangreichen Volumen für Datentransfer ausgestattet. Dieses reicht in der Regel auch für erfolgreiche Internetauftritte mit bis zu 100 000 000 000 000 000 Seitenabrufen.

Aber selbst wenn dieses großzügige Kontingent einmal überschritten werden sollte, sind Sie bei 1&1 auf der sicheren Seite: Denn 1&1 stellt in den Hosting-Paketen keinen Traffic in Rechnung. Sollte Ihr Kontingent nicht ausreichen, erarbeitet ein eigenes „Traffic-Team“ gemeinsam mit Ihnen eine vorteilhafte Lösung. So bekommen Sie z.B. Tipps, wie Sie künftig unnötigen Traffic vermeiden können oder Sie werden bei



>> Für jeden Anspruch die passende Lösung: Die 1&1 Hosting-Pakete machen's möglich.

der Wahl des für Sie passenden Tarifs persönlich unterstützt. Darüber hinaus haben aber auch Sie selbst jederzeit die volle Kontrolle über Ihren Traffic-Verbrauch. Im 1&1 Control-Center können Sie tagesaktuell verfolgen, wie viel Traffic Ihnen im aktuellen Monat noch zur Verfügung steht. Außerdem erhalten Sie eine E-Mail-Benachrichtigung, wenn im laufenden Abrechnungsmonat 70 % Ihres Traffic-Kontingents verbraucht sind. Die Traffic-Verwaltung erreichen Sie in Ihrem 1&1 Control-Center nach Auswahl Ihres Produktes unter dem Menüpunkt „Rund um diesen Vertrag“.

Kommunikation: Professionelle E-Mail-Features

Sie und Ihre Mitarbeiter benötigen möglichst flexiblen Zugriff auf Ihre geschäftlichen E-Mails von jedem beliebigen Internetzugang aus. Ihr Vorteil als 1&1 Webhosting-Kunde: Die zu Ihrem Hosting-Tarif gehörenden zahlreichen 1&1 E-Mail-Postfächer sind nicht nur über das herkömmliche Pop3-Protokoll erreichbar, sondern parallel und auf Wunsch auch über das nützlichere IMAP-Protokoll. Ihre E-Mails werden zentral auf den 1&1 Mail-Servern abgelegt und bleiben auch nach dem E-Mail-Abruf dort gelagert. So profitieren Sie von einem ortsunabhängigen Zugriff über verschiedene Endgeräte, mit stets aktuellen Daten – Sie können an Ihre 1&1 E-Mails nämlich auch über den Web-basierten Zugriff mit einem Browser, egal, von welchem PC oder Internetzugang aus.

E-Mail-Postfach individuell konfigurieren

Jedes Postfach ist individuell für eine Domain konfigurierbar. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine Domain oder Subdomain handelt und – besonders praktisch für die Zusammenarbeit – jede E-Mail-Adresse kann auf bis zu drei Ziele eingerichtet werden. So können Sie beispielsweise sicherstellen, dass Anfragen beim Vertrieb, im Sekretariat und parallel in Ihrem eigenen Posteingang landen und ohne Verzögerung bearbeitet werden können, während Sie komfortabel über den Posteingang auf dem Laufenden gehalten werden. Jedes E-Mail-Postfach verfügt dabei über sensationell viel Speicherplatz, ein sattes Gigabyte steht zur Verfügung, Ablage für tausende von E-Mails. Auch für umfangreiche Attachments ist so jetzt viel mehr Platz. Noch verfügbarer Speicherplatz wird extra angezeigt.

1&1 Anti-SPAM

1&1 Anti-SPAM prüft Ihre E-Mails direkt nach ihrem Eingang und markiert verdächtige Nach-

richten. Sie konfigurieren den SPAM-Schutz ganz einfach über das 1&1 Control-Center und richten einen eigenen SPAM-Schutz für jedes Postfach ein. Einmal aktiviert, wählen Sie die gewünschte Stufe der SPAM-Erkennung – niedrig, mittel, hoch. Wenn Sie Anti-SPAM nicht mehr brauchen, deaktivieren Sie den Dienst mit einem Klick.

Unified Messaging

Eingehende Mails können Sie dahin umleiten, wo Sie gerade sind: Auf andere E-Mail-Adressen, an Mobiltelefone und auch an Fax-Geräte. Andersherum können Sie auch Fax- und Sprachnachrichten im gewählten E-Mail-Postfach empfangen. Ihre Messaging-Box beinhaltet eine individuelle Rufnummer, die rund um die Uhr erreichbar ist und Sie können SMS vom PC aus an jedes Mobiltelefon versenden. Damit wird Ihr Büro und auch das Ihrer Mitarbeiter rundum mobil und Sie verpassen keine wichtige Nachricht mehr.

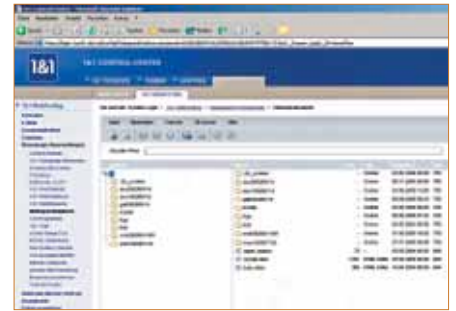
Übersichtliche Verwaltung von Account und Strukturen

Gleich mehrere Tools und Optionen helfen Ihnen dabei, auch die anderen zahlreichen Funktionen in Ihrem 1&1 Account komfortabel zu verwalten. Den Überblick über Ihr Kundenkonto, Domains, Subdomains und Statistiken erhalten Sie am schnellsten über das 1&1 Control-Center, in dem Sie von jedem Internetzugang aus an alle Zugangspasswörter, Mail-Konten und Logfiles gelangen.

Mit dem 1&1 WebSpace Explorer können Sie Dateien und Dokumente ganz ohne FTP-Programm direkt auf Ihrem WebSpace bearbeiten. Wie vom Explorer unter Windows gewohnt, lassen sich alle Funktionen, wie kopieren, löschen, verschieben, up- und downloaden und viele mehr, mit einem Mausklick ausführen. Mit Ihrem persönlichen FTP-Zugang zum WebSpace



>> Mit dem 1&1 Webmailer können Sie Ihre E-Mails jederzeit abrufen – auch unterwegs.



>> Mit dem 1&1 WebSpace Explorer können Sie Dateien ganz ohne FTP-Programm direkt auf Ihrem WebSpace bearbeiten.

des Pakets können Sie Ihre Webseiten und natürlich auch alle sonstigen Dateien von jedem Rechner mit Zugang zum Internet und FTP-Software auf den WebSpace überspielen. Die notwendige FTP-Software stellt Ihnen 1&1 im Download-Bereich des Control-Centers zur Verfügung.

Direkte Ansprache: Dialog- und Marketing-Tools

Bestandteil der 1&1 Webhosting-Pakete sind gleich mehrere professionelle Anwendungen, mit deren Hilfe Sie mit Kunden oder Interessenten über Ihre Website in Kontakt treten können. Der 1&1 Chat zum Beispiel für Pressekonferenzen oder Interviews, oder das in2site Dialog-Tool, mit dem Sie darüber informiert werden, wenn jemand auf Ihrer Firmen-Site surft und mit dem Sie den Gast direkt ansprechen und mit ihm in einem geschützten Fenster ungestört chatten können – ideal für Beratungs- oder Verkaufsgespräche.

Bis zu 5 Datenbanken für die Verwaltung von Kunden- und Produktinformationen lassen sich mit der 1&1 WebDatabase integrieren, unter der Funktion 1&1 WebElements stehen Ihnen verschiedene Formulare für Abstimmungen, Bestellungen, Foren, Gästebücher und Mail zur Verfügung. Auch eigene WebElements können Sie konfigurieren, um mit Ihren Kunden in den direkten Dialog zu treten und Daten abzufragen, die Sie interessieren oder die Sie für Ihre Arbeit benötigen. Mit Hilfe der 1&1 WebStatistik lernen Sie außerdem das Verhalten Ihrer Besucher kennen: Woher kommen sie, wie lange verweilen sie auf den verschiedenen Seiten, wann wird die Homepage am häufigsten besucht? Die 1&1 WebStatistik hilft Ihnen, aussagefähige Profile zu erstellen. Mit dem 1&1 Newsletter-Tool schließlich können Sie ohne großen Aufwand Kunden und Interessenten gezielt per E-Mail informieren. Aber nicht nur Sie können Ihre Kunden jederzeit direkt ansprechen, auch für Ihren eigenen Bedarf ist gesorgt:

Der 1&1 Kundendienst steht Ihnen jederzeit, an sieben Tagen in der Woche 24 Stunden am Tag zur Verfügung. ■

An einer eigenen Firmen-Homepage führt schon lange kein Weg mehr vorbei. Wie Sie an Ihre Wunschdomain kommen und was Sie dabei beachten müssen, lesen Sie in folgendem Artikel.

Ihr guter Name im WWW



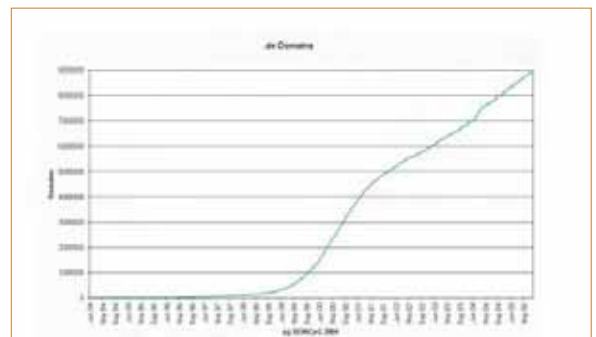
Der ideale Weg, Informationen strukturiert bereitzustellen und anderen Nutzern im Internet zugänglich zu machen ist und bleibt die Website. Mit eigener Homepage machen Sie die Besucher nicht nur auf Ihr Unternehmen aufmerksam, sondern können auch die Kundenbindung verbessern. Der Domain-Boom an sich scheint auch kein Ende zu nehmen: So gab es Ende Juli 2005 bereits rund neun Millionen registrierte .de-Domains. Die .com-Domains erreichten fast die 40 Millionen-Marke. Wenn auch Sie bereits mit dem Gedanken gespielt haben, sich eine Präsenz im Internet aufzubauen, sollten Sie die folgenden Dinge über Domains wissen.

Aufbau der Domain

Ein Domain-Name besteht aus dem eigentlichen Domain-Namen und der Top-Level-Domain. Eine Top-Level-Domain ist etwa .de oder .com. Aus technischer Sicht ist ein Domain-Name die Übersetzung einer IP-Adresse. Über diese ist jede Ressource im Internet eindeutig identifizierbar. Da IP-Adressen numerisch aufgebaut sind, z.B. im Format 123.456.7.8, sind sie schwer zu merken. Sie mussten also in einprägsame Buchstaben-Zahlen-Kombinationen übersetzt werden. Ein Domain-Name darf nur aus den Zeichen a bis z und den Ziffern null bis neun sowie dem Bindestrich bestehen. Sonderzeichen sind nicht erlaubt, mit Ausnahme der neuen Umlaut-Domains. Groß- und Kleinschreibung wird ignoriert. So ist WwW.MeIneFIRMa.dE dieselbe Domain wie www.meinefirma.de. Die minimale Länge ist abhängig von der jeweiligen Top-Level-Domain. Bei einer .com-Domain muss ein Domain-Name aus mindestens 2 Zeichen bestehen, bei einer .de-, .at- und .ch-

main müssen es mindestens 3 Zeichen sein. Der Domain-Name darf weder mit „-“ beginnen, noch enden. Der Domain-Name darf auch nicht nur aus Zahlen bestehen, da sonst Verwechslungen mit IP-Nummern möglich sind. Für .de-Domains gilt außerdem: Die Namen bestehender Top-Level-Domains (arpa, com, edu, gov, int, net, nato, mil, org), ein- und zweibuchstabile Abkürzungen sowie deutsche Kfz-Kennzeichen sind als Domain-Namen nicht zulässig, die Höchstlänge beträgt 63 Zeichen. Viele der .de- und .com-Domains sind leider schon an die unzähligen Homepage-Inhaber vergeben. Sie können auch auf eine .info-Domain ausweichen, wenn der gewünschte Name noch frei ist. Denn jeder Nutzer kann eine .info-Domain registrieren lassen, entweder für den privaten oder den geschäftlichen Gebrauch. Ein gültiger Domain-Name besteht hier aus maximal 63 Zeichen. Ein- und zweibuchstabile Abkürzungen sind als Domain-Namen nicht zulässig. Der Domain-Name darf nicht mit einem Bindestrich beginnen oder mit einem solchen enden. So steht .biz für

„Business“ und gehört zu den so genannten eingeschränkten Domains, die nur unter bestimmten Voraussetzungen registriert werden können. Die Registrierungsstelle weist darauf hin, dass .biz-Domains ausschließlich für Betriebe, Unternehmen und Geschäfte in aller Welt gedacht sind. Ob eine Domain noch frei ist, können Sie selbst auf der 1&1 Hosting-Seite im Domain-Checker oder auch bei den entsprechenden Registrierungsstellen (NICs) unter der „whois“-Abfrage nachschauen. Alle Domains lassen sich außerdem unter <http://internic.com/whois.html> oder <http://www.uwhois.com/domains.html> komfortabel abfragen.



>> Einfache, lineare Grafik der Entwicklung von .de-Domains seit 1994. Quelle: DENIC

Top-Level-Domains

Als Top-Level-Domain (TLD) bezeichnet man die Domain-Endung wie etwa .de oder .com. Dabei wird zwischen zwei verschiedenen Arten unterschieden: den generischen TLDs wie .info oder .biz und den länderspezifischen wie .de für Deutschland oder .fr für Frankreich. Derzeit gibt es 14 generische Top-Level-Domains sowie ca. 240 Länder-Endungen.

Seit einiger Zeit ist es auch möglich, internationale Domains mit Umlauten und Sonderzeichen im Namen zu registrieren: zum Beispiel www.müller.de statt www.mueller.de. Die neuen Umlaut-Domains lassen auch Schriftsätze und Sonderzeichen in Domain-Namen zu, die früher von der Vergabe ausgeschlossen waren. Möglich ist dies durch einen internationalen Standard geworden, nachdem die Namen in Unicode angegeben werden. Sprachen mit zusätzlichen Zeichen und Besonderheiten – so auch Deutsch mit seinen Umlauten – stehen für die Vergabe von Domain-Namen im Internet zur Verfügung.

Der Vorteil: Namen können so verwendet werden, wie sie auch geschrieben werden. User müssen Namen mit Umlauten nicht mehr aufgelöst in den Browser eintippen. Möglich ist dies durch „Mapping“, eine Übersetzung der erweiterten Zeichensätze vom herkömmlichen ASCII-Code auf den international als Standard umgesetzten Unicode.

Namensfindung und Domain-Handel

Aber wie soll Ihre neue Homepage denn nun heißen? Und unter welcher Domain soll Ihre Firma in Zukunft im Internet erreichbar sein? Der Name soll auf jeden Fall für jeden leicht zu merken sein. Im Idealfall besteht die Domain lediglich aus Ihrem Firmennamen oder einem bestimmten Produkt aus Ihrer Palette. Selbstverständlich hängt die Wahl der Domain nicht nur von Ihren eigenen Wünschen ab, sondern auch davon, ob diese Domain noch frei ist. Denn viele einprägsame Namen mit der Endung .de sind bereits vergeben, jedoch haben Sie möglicherweise mit einem anderen Länderkürzel oder einer generischen TLD Glück.

Durch die Knappheit „guter“ Internetadressen ist der ökonomische Wert dieser Domains natürlich enorm hoch. Ein Designer-Geschäft, das im Internet unter www.designershop.de erreichbar ist, erspart dessen Betreiber monatlich mehrere Tausend Euro für Werbung, da viele Interessenten erst einmal auf gut Glück das Schlüsselwort in die Adresszeile ihres Internetbrowsers eingeben, bevor sie sich über eine Suchmaschine auf den Weg in den Internetladen machen. Deshalb gibt es im Web auch Märkte, auf denen



>> Der Domain-Checker von 1&1 verrät Ihnen, ob die gewünschte Domain noch frei ist.

Domains rege gehandelt werden, wie etwa die Domain-Börse Sedo (www.sedo.de). Ist Ihre Wunsch-Domain also schon vergeben, haben Sie vielleicht hier Glück und der jetzige Inhaber stellt den Internetnamen zum Verkauf.

Domain reservieren

Wenn Sie noch kein Kunde der 1&1 Internet AG sind, können Sie direkt mit Ihrem gewählten Domain-Namen einsteigen und ihn registrieren. Gehen Sie über „Domain-Informationen“ auf „Domain-Check“ und wenn der Wunschname noch frei ist, entscheiden Sie sich im Verlauf des Bestellprozesses für eines der günstigen 1&1 Hosting-Pakete. Mindestens eine .de-Domain ist dabei schon inklusive, weitere können Sie bequem über das 1&1 Control-Center jederzeit hinzubestellen.

Geht es Ihnen zunächst ausschließlich um die Reservierung des Domain-Namens, können Sie diesen sogar schon für günstige 29 Cent im Monat über den Tarif 1&1 Domain registrieren. Wenn Sie sich bei der Vielzahl von neuen Möglichkeiten und Namensvorschlägen nicht auf eine einzige Adresse festlegen wollen, registrieren Sie doch einfach preiswert mehrere Domain-Namen mit beliebigen Endungen parallel.

Dabei ist es nicht wichtig, ob Sie ein und dieselbe Homepage unter mehreren Namen führen möchten oder die Domains für verschiedene Projekte auf einzelne Unterverzeichnisse leiten – es lassen sich beliebig viele Domains mit TLD-Endung auf Ihre Internetpräsenz umleiten. Bei der 1&1 Internet AG haben Sie die Wahl: Alle Hosting-Pakete sind mit mindestens einer .de-Domain ausgestattet, in den größeren Paketen erhalten Sie gleich mehrere Domains und mit einer großen Auswahl der Domain-Endung wie



>> Die DENIC verwaltet die deutschen Top-Level-Domains. Unter „whois“ sehen Sie, wem die Domain gehört.



>> Bei der Domain-Börse Sedo werden bereits vergebene Internetadressen gehandelt.

beispielsweise „.com“ oder „.info“. Wie viele und welche Domains Sie zu Ihrem Paket buchen, bleibt Ihnen überlassen: 1&1 bietet Ihnen verschiedene Domain-Arten zur Registrierung an, auch die neueren Top-Level-Domains mit den Endungen „.biz“ und „.name“ sowie die Umlaut-Domains mit Sonderzeichen (.de, .com, .net, .info, .biz, .at, .org, .tv, .cc, .li und .ws)

Der Providerwechsel

Wenn Sie Ihre Domain bisher bei einem anderen Provider hosten und nun aber zur 1&1 Internet AG umziehen möchten, stellt dies kein Problem dar: Sie bestellen eines der vielen Pakete bei 1&1 und stellen dann dort einen so genannten KK-Antrag. Mit diesem wird sichergestellt, dass Sie auch berechtigt sind, den Umzug der Domain zu veranlassen. Fast so schnell wie bei einem Neuantrag können Sie dann über das 1&1 Control-Center alle Optionen und Features verwalten.

Wenn Sie dabei Hilfe benötigen, steht Ihnen der 1&1 Umzugs-Service zur Verfügung. „KK“ steht für „Konnektivitäts-Koordination“ und regelt den formalen Ablauf eines Providerwechsels für eine „.de“-Domain. Ein KK-Antrag wird gestellt, wenn man mit seiner Domain von einem zum anderen Provider umzieht bzw. das Hosting der Domain einem anderen Provider überträgt. Im Zuge eines KKs wird der Registrierungsstelle für Domains mitgeteilt, welche Änderungen sich im Bezug auf Reg-C (Nutzungsrechtsinhaber), Admin-C (Zeichnungsberechtigter des Domain-Eigners), Tech-C (technischer Verwalter bzw. Provider) oder Zone-C (Kontakt für die Zuordnung des Domain-Namens) ergeben.

Sie werden für Ihre über 1&1 registrierte Domain immer selbst als Domain-Eigner und Admin-C eingetragen und erhalten somit alle Rechte an der beantragten Domain. Beachten Sie dabei, dass jeder auf der DENIC-Homepage ganz einfach nachsehen kann, wer Eigentümer einer bestimmten „.de“-Domain ist.

Die Veröffentlichung der Eignerdaten in den Whois-Servern der jeweiligen NICs ist eine zwingende Voraussetzung für die Registrierung einer Domain. ■

Die Einführung der neuen EU-Domains ist beschlossen, die Registrierung startet wahrscheinlich noch in diesem Jahr. Lesen Sie, was Sie als Bewerber um eine solche Domain beachten sollten.

.eu-Domains: Europa geht online

Europa wächst mehr und mehr zusammen; nach der wirtschaftlichen Union und den ersten Schritten zu einer gemeinsamen Verfassung rücken die europäischen Staaten nun auch im Internet näher zusammen. Eine gemeinsame Domain .eu soll den europäischen Binnenmarkt stärken und ein Gegengewicht zur übermächtigen Domain .com schaffen. Für viele Unternehmen ist eine .eu-Domain zudem die lang erwartete Chance, einen begehrten Namen für sich zu reservieren. In Ihrem 1&1 Control-Center können Sie über den Menüpunkt „Domains“ bereits jetzt die Registrierung einer neuen .eu-Domain vornehmen.

Wer profitiert von .eu?

Nach den Regeln der Europäischen Union dürfen die EU-Domains nur an folgende Bewerber vergeben werden:

- Unternehmen, die ihren satzungsgemäßen Sitz, ihre Hauptverwaltung oder ihre Hauptniederlassung innerhalb der Gemeinschaft haben und
- niedergelassene Organisationen sowie
- natürliche Personen mit Wohnsitz innerhalb der Gemeinschaft.

Die neuen Webadressen nach dem Muster **www.IhreFirma.eu** dürften dabei besonders für Unternehmen interessant sein, die ihre Produkte europaweit anbieten. Eine .eu-Adresse dürfte bei den Kunden in den verschiedenen Ländern auf mehr Akzeptanz stoßen als eine Domain mit einem Länderkürzel wie etwa .de, .at oder .nl. Aber auch für Privatpersonen bietet die neue EU-Domain eine einmalige Gelegenheit. Ist bei-

spielsweise Ihr .de-Wunschname bereits belegt, so haben Sie mit .eu eine weitere Chance, sich eine sehr persönliche Webadresse zuzulegen.

Mehrstufige Registrierung

Die Registrierung der neuen .eu-Domains erfolgt in drei Stufen, der so genannten Sunrise-Periode. Diese dauert insgesamt vier Monate und ist aufgeteilt in zwei Phasen, Sunrise I und Sunrise II, von jeweils zwei Monaten.

Sunrise I: Diese startet im Dezember 2005. Hier haben Regierungen und Inhaber von Markennamen bevorrechtigt die Möglichkeit, bestimmte Domain-Namen zu reservieren. Darunter fallen alle registrierten nationalen und Gemeinschaftsmarken, geografische Herkunftsangaben sowie die Namen öffentlicher Einrichtungen. Dies soll Rechtsstreite um Domain-Namen nach Möglichkeit verhindern.

Sunrise II: Die zweite Phase startet im Februar 2006. Hier könnten zudem Inhaber von nicht eingetragenen, aber rechtlich geschützten Be-

zeichnungen – wie beispielsweise bekannte Marken oder Firmenbezeichnungen – auf den Zug aufspringen. Alle Sunrise-Bewerber müssen innerhalb von vier Wochen nach der Registrierung gegenüber der jeweiligen Validierungsagentur ihre Ansprüche belegen. Bei konkurrierenden Rechten entscheidet der Zeitpunkt, zu dem der Registrierungswunsch eingegangen ist. Für die Sunrise-Periode werden wegen des zusätzlichen Aufwands bei der Prüfung besondere Gebühren erhoben.

Beachten Sie: Bei mehreren Anmeldungen für dieselbe Domain in der Sunrise-Periode werden von der Vergabestelle Plätze in einer Warteschlange vergeben. Der erste Platz erhält zuerst die Möglichkeit, sein Recht innerhalb von 40 Tagen nachzuweisen. Gelingt ihm das nicht, ist der Nächste an der Reihe. Selbst wenn Sie also nicht der Erste in der Warteschlange sind, haben Sie eine Chance, die gewünschte Domain zu erhalten.

Nach Ablauf der zweiten Sunrise-Phase wird die Registrierung für die breite Öffentlichkeit zugelassen. Diese „Live-Registrierung“ startet somit im April 2006. Auch bei diesem Verfahren gilt, dass die Adressen konsequent nach der Reihenfolge des Eingangs vergeben werden.

Tipp: Die Chance, eine .eu-Wunschdomain zu erhalten, sind in den Sunrise-Perioden am größten. Bei Beginn der Live-Registrierung werden nur noch solche Domains registriert, die noch nicht in Phase 1 oder 2 vergeben worden sind. Wann immer möglich, sollten Sie deshalb versuchen, ihre .eu-Domain in der Sunrise-Periode zur Anmeldung zu bringen.

Informationen zur Registrierung finden Sie auch unter **www.1und1.de**. ■



>> Unter „Domains“ auf der 1&1 Website können Sie eine .eu-Domain unverbindlich voranmelden.



Der passende 1&1 Tarif für jeden

Die Webhosting-Tarife 1&1 Home, 1&1 Business, 1&1 Business Pro und 1&1 Professional lassen keine Wünsche für den Aufbau einer erfolgreichen Internetpräsenz offen: Alle Pakete enthalten ein umfangreiches Software-Paket für die professionelle Webseitengestaltung, viele nützliche Features und Business-Tools sowie eine fortgeschrittene E-Mail-Verwaltung.

Für welches Paket Sie sich entscheiden, hängt unter anderem von der benötigten Menge Web-space und Transfervolumen ab, ebenso wie von den Anwendungen, die Sie auf Ihrem Account einsetzen möchten. Alle 1&1 Webhosting-Pakete sind so aufgebaut, dass Sie bei Bedarf jederzeit in einen größeren oder kleineren Tarif wechseln können. Viel Speicherplatz, professionelle Mail-Funktionen und reichlich Traffic-Volumen sind in allen Paketen enthalten, die Unterschiede liegen vor allem in der Größenordnung und einigen technischen Einzelheiten.



>> Ob Privatmann oder Großunternehmen: 1&1 hat für jeden das passende Hosting-Paket im Angebot.

Ob Sie Freiberufler mit Home-Office sind, der Verantwortliche für einen Verein oder ein größeres Unternehmen oder ein Software-Entwickler – die 1&1 Webhosting-Tarife bieten Ihnen für jeden Anspruch das geeignete Leistungspaket.

1&1 Home für Freiberufler, Vereine und ambitionierte Anwender

So bringt das größte Paket 1&1 Professional mit gigantischen 2.000 MByte Speicherplatz gleich drei leistungsfähige MySQL-Datenbanken für datenbankbasierte Eigeninstallationen mit. Das Start-Paket 1&1 Home für Freiberufler oder Vereine kommt ohne eigene MySQL-Datenbank und mit 200 MByte Webspace aus. Die anderen Pakete, die 1&1 WebDatabase für die Erstellung eigener Datenbanken enthalten, sind bereits ab 4,99 Euro im Monat erhältlich. (Bei Teilnahme an der 1&1 Banner-Community.)

Ohne die Mitgliedschaft in der 1&1 Banner-Community beträgt der monatliche Paketpreis für den Tarif trotzdem nur 6,99 Euro. Das 1&1 Home-Paket bietet Ihnen viele Gestaltungsmöglichkeiten und tolle Effekte mit seinen 200 MByte Webspace, 10 Subdomains für eine übersichtliche Strukturierung der Inhalte und zwei im Preis enthaltenen Domains mit satten 15 Gigabyte Datentransfer. Mit der Software Macromedia Contribute und diversen weiteren Programmen lassen sich professionelle Webseiten gestalten und komfortabel pflegen.

Auch in diesem preiswertesten der 1&1 Hosting-Tarife stehen Ihnen 50 Mail-Postfächern mit je einem großzügigen Gigabyte Mail-Speicher zur

Verfügung, ganz abgesehen von einer Vielzahl zusätzlicher Funktionen und einem großen Software-Paket.

1&1 Business für interaktive und immer aktuelle Websites

Eine ganze Nummer größer und mit satten 500 MByte Speicherplatz ausgestattet ist das 1&1 Business Webhosting-Paket, mit dem Sie Zugriff auf Ihre eigene MySQL-Datenbank inklusive MySQL Control-Center haben und eigene datenbankbasierte Anwendungen installieren können, zum Beispiel Weblog-Software oder auch ein größeres CMS (Content Management System, ein Redaktionssystem) und andere eigene Skripte, die eine Datenbank benötigen. Zahlreiche Programmier-Tools erleichtern die Umsetzung und Aktualisierung hochwertiger Websites und im Homepage-Baukasten stehen Ihnen 15 Seiten zur Verfügung.

Mit diesen können Sie auch ohne technische Vorkenntnisse in kürzester Zeit eine professionell aussehende Firmen-Homepage erstellen, auch zusätzlich oder als Eingangsbereich zu Ihrer eigenständig programmierten Homepage aus HTML-Seiten. 1&1 Business ist Ihre Wahl, wenn Sie von Anfang an für Dateien, Multimedia-Elemente und Grafiken reichlich Speicherplatz nutzen wollen und dabei auch nicht auf die Mög-



>> Das Hosting-Paket 1&1 Business Pro bietet ganze 1.000 MByte Webspace und ist damit ideal für Firmen.

lichkeit verzichten möchten, MySQL-Datenbankanwendungen einzusetzen und mit den professionellen Werkzeugen von 1&1 eine mit vielen interaktiven Funktionen ausgestattete Unternehmenspräsenz zu erstellen. Gleich drei Domains sind im Preis enthalten und alle Inhalte, auch die einer sehr umfangreichen Firmen-Webs, lassen sich außerdem über die 20 integrierten Subdomains sinnvoll strukturieren. Mit der leicht zu bedienenden Grafik-Software Ulead PhotoImpact 10 SE bearbeiten und gestalten Sie Fotos und andere Grafiken. Mit Macromedia Contribute erstellen und verwalten Sie HTML-Seiten, mit den 1&1 WebElements fügen Sie Gästebücher, Foren und die unterschiedlichsten Formulare ganz nach Ihren Wünschen in die Internetpräsenz ein. Mit PDF2HTML können Sie sogar vorhandene Prospekte im PDF-Format umwandeln und als Teil Ihrer Homepage bereitstellen. Das 1&1 SSL-Zertifikat und die SSL-Verschlüsselung ermöglichen eine sichere Übertragung der Kundendaten bei Bestellprozessen und 150 Mailboxen mit bis zu 1.500 möglichen Weiterleitungen lassen keine Wünsche für die Mail-Kommunikation offen. Folgende Leistungen bietet das 1&1 Business-Paket:

- ▶ 500 MByte Webspace
- ▶ 30 GByte Monatliches Transfervolumen
- ▶ 1&1 Control-Center
- ▶ 1&1 WorkspaceExplorer, FTP-Zugang zum Aufspielen der Homepage
- ▶ 3 Domains (Wahl zwischen .de, .at, .com, .net, .org, .name, .info, .biz, interne .eu-Voranmeldung möglich)
- ▶ 20 Subdomains, Domain-Umleitung, DNS-Verwaltung (Domain-Name-System)
- ▶ 1&1 SSL-Zertifikat, SSL-Verschlüsselung
- ▶ 150 E-Mail-Postfächer mit IMAP und POP3 mit 1 GByte Speicher (Gesamtgröße des E-

- Mail-Speichers 25 GByte), 1.500 E-Mail-Weiterleitungen
- ▶ 1&1 Anti-SPAM, 1&1 Webmailer
- ▶ Unified Messaging, 1&1 SMS-Manager
- ▶ 1&1 Content-Module
- ▶ Software: Macromedia Contribute 3 + 1&1 Erweiterungen, Ulead PhotoImpact 10 SE, Wise.FTP, Hello Engines 4.0, Ranking Toolbox sowie 1&1 Internet-Tuner mit vielen Hilfsprogrammen
- ▶ 15 Seiten mit dem 1&1 Homepage-Baukasten
- ▶ 15 Seiten mit dem DynamicSiteCreator
- ▶ 1&1 PDF-Website Generator PDF2HTML, 1&1 Basic-CGLs
- ▶ 1&1 Multimedia-Archiv mit Animationen
- ▶ 1 MySQL-Datenbank mit MySQL Control-Center
- ▶ PHP 3, PHP 4, PHP5
- ▶ 3x 1&1 Chat, 1&1 WebElements, 1&1 Web-Database, 1&1 WebStatistik
- ▶ in2site Dialog-Tool, Suchmaschinen-Tools
- ▶ 1&1 Merchandise-Shop
- ▶ 1&1 Newsletter-Tool
- ▶ Kosten: 1&1 Business: 12,99 Euro/Monat bzw. 9,99 Euro/Monat (bei Teilnahme an der 1&1 Banner Community)

1&1 Business Pro und 1&1 Professional

Benötigen Sie noch einmal doppelt so viel Speicherplatz und E-Mail-Konten und wünschen sich auch sonst überall mehr Platz? Dann ist das 1&1 Business-Pro-Paket mit seinem kostenlosen professionellen Support rund um die Uhr die ganze Woche über der richtige Tarif für Sie. Mit der Macromedia Dreamweaver Software und bis zu 50 Subdomains lassen sich auch umfangreiche Sites komfortabel verwalten und wenn Ihnen das immer noch nicht reicht, gibt es immer noch den 1&1 Professional-Tarif. Das Hosting-Paket 1&1 Business Pro bietet folgende Features:

- ▶ 1.000 MByte Webspace
- ▶ 50 GByte Monatliches Transfervolumen
- ▶ 1&1 Control-Center
- ▶ 1&1 WorkspaceExplorer, FTP-Zugang zum Aufspielen der Homepage.
- ▶ 5 Domains (Wahl zwischen .de, .at, .com, .net, .org, .name, .info, .biz, interne .eu-Voranmeldung möglich)
- ▶ 50 Subdomains, Domain-Umleitung und DNS-Verwaltung (Domain-Name-System)
- ▶ 1&1 SSL-Zertifikat, SSL-Verschlüsselung
- ▶ 300 E-Mail-Postfächer mit IMAP und POP3 mit 1 GByte Speicher (Gesamtgröße des E-Mail-Speichers 25 GByte), 3.000 E-Mail-Weiterleitungen
- ▶ 1&1 Anti-SPAM, 1&1 Webmailer

- ▶ Unified Messaging, 1&1 SMS-Manager
- ▶ 1&1 Content-Module
- ▶ Software: Macromedia Contribute 3 + 1&1 Erweiterungen, Ulead PhotoImpact 10 SE, Macromedia Dreamweaver MX, Wise.FTP, Hello Engines 4.0, Ranking Toolbox sowie 1&1 Internet-Tuner mit vielen Hilfsprogrammen
- ▶ 20 Seiten mit dem 1&1 Homepage-Baukasten
- ▶ 20 Seiten mit dem 1&1 DynamicSiteCreator
- ▶ 1&1 PDF-Website Generator PDF2HTML, 1&1 Basic-CGLs
- ▶ 1&1 Multimedia-Archiv mit Animationen
- ▶ 2 MySQL-Datenbanken mit MySQL Control-Center, SSI (Server Side Includes)
- ▶ PHP 3, PHP 4, PHP 5, Perl, Python
- ▶ Einbindung eigener CGIs inkl. Tools
- ▶ 5x 1&1 Chat, 1&1 WebElements, 1&1 Web-Database, 1&1 WebStatistik plus Regional-Statistik
- ▶ in2site Dialog-Tool, Suchmaschinen-Tools
- ▶ 1&1 Merchandise-Shop
- ▶ 1&1 Newsletter-Tool
- ▶ Kosten: 1&1 Business Pro: 24,99 Euro/Monat bzw. 19,99 Euro/Monat (bei Teilnahme an der 1&1 Banner-Community).

Das Hosting-Paket 1&1 Professional erfüllt auch höchste Ansprüche an Technik, Verfügbarkeit und Service, trotzdem können Sie auch als Nutzer des 1&1 Professional Pakets schnell und ohne Vorarbeit eine umfangreiche Website mit dem Homepage-Baukasten erstellen oder mit dem DynamicSiteCreator eine Präsentation online bereitstellen, die komfortablen Tools im 1&1 Control-Center nutzen und mit dem mitgelieferten Software-Paket Dateien hochladen oder Grafiken bearbeiten, eine Dreamweaver-Site erstellen oder bestehende Internetseiten mit Contribute pflegen.

Das 1&1 Professional-Paket für den gehobenen Bedarf bietet Ihnen 10 Domains sowie 100 Subdomains, 2.000 MByte Webspace und 100 GByte monatliches Transfervolumen, 600 Mailboxen und ein hochleistungsfähiges Software-Paket. Mit dieser High-End-Lösung mit Shell-Zugang können Sie sogar direkt per SSH auf dem Hochleistungs-Server eigene Programme entwickeln. Die Preise für das Hosting-Paket 1&1 Professional liegen bei 39,99 Euro/Monat, bei Teilnahme an der 1&1 BannerCommunity fallen 29,99 Euro/Monat an Gebühren an. Folgende Leistungen bietet das Paket im Detail:

- ▶ 2.000 MByte Webspace
- ▶ 100 GByte Monatliches Transfervolumen
- ▶ 1&1 Control-Center
- ▶ 1&1 WorkspaceExplorer, 10 FTP-Zugänge zum Aufspielen der Website
- ▶ 10 Domains (Wahl zwischen .de, .at, .com,

.net, .org, .name, .info, .biz, interne .eu-Vor-anmeldung möglich), 100 Subdomains, Domain-Umleitung, DNS-Verwaltung (Domain-Name-System)

- ▶ 1&1 SSL-Zertifikat, SSL-Verschlüsselung
- ▶ 600 E-Mail-Postfächer mit IMAP und POP3 und 1 GByte Speicher (Gesamtgröße des E-Mail-Speichers 25 GByte), 6.000 E-Mail-Weiterleitungen
- ▶ 1&1 Anti-SPAM, 1&1 Webmailer
- ▶ Unified Messaging
- ▶ 1&1 SMS-Manager
- ▶ 1&1 Content-Module
- ▶ Software: Macromedia Contribute 3 + 1&1 Erweiterungen, Ulead PhotoImpact 10 SE, Macromedia Dreamweaver MX, Wise.FTP, Hello Engines 4.0, Ranking Toolbox sowie 1&1 Internet-Tuner mit vielen Hilfsprogrammen
- ▶ 25 Seiten mit dem 1&1 Homepage-Baukasten
- ▶ 25 Seiten mit dem 1&1 DynamicSiteCreator
- ▶ 1&1 PDF-Website Generator PDF2HTM, 1&1 Basic-CGLs
- ▶ 1&1 Multimedia-Archiv mit Animationen, FrontPage-2002-Erweiterungen
- ▶ 3 MySQL-Datenbanken mit MySQL Control-Center, SSI (Server Side Includes)
- ▶ PHP 3, PHP 4, PHP 5, Perl, Python
- ▶ Einbindung eigener CGLs inkl. Tools
- ▶ Shell-Zugang (per SSH), CronJobs
- ▶ 10 x 1&1 Chat, 1&1 WebElements, 1&1 WebDatabase, 1&1 WebStatistik plus Regional-Statistik, in2site Dialog-Tool, Suchmaschinen-Tools
- ▶ 1&1 Merchandise-Shop
- ▶ 1&1 Newsletter-Tool

Die Pakete der 1&1 Microsoft-Edition

Alle leistungsfähigen 1&1 Webhosting-5.0-Pakete für den professionellen Einsatz gibt es auch



>> Verschiedene Referenzshops von Händlern, die 1&1 E-Shops nutzen, finden Sie unter www.1und1.de.

jeweils in einer Microsoft-Edition. Mit diesen Anwendungen ist es Ihnen möglich, Ihre gesamte Webpräsenz mit Anwendungen zu bearbeiten, die entweder aus Ihrer vertrauten Windows-Umgebung stammen oder in der Bedienung ähnlich aufgebaut sind wie Ihre gewohnten Programme.

Die Webhosting-Pakete der 1&1 Microsoft-Edition bieten Ihnen neben dem reichlichen Speicherplatz und demselben Datentransfervolumen wie in den anderen Tarifen die Option, zahlreiche aus der Windows-Umgebung bekannte Features zu nutzen, zum Beispiel Outlook 2003, MSSQL-Datenbanken und ASP.net. Sie können Exchange-Postfächer für Ihr Outlook nutzen. Sollten Sie aber einen Bedarf haben, der noch über die Microsoft-Edition oder die professionellen Hosting-Tarife hinausgeht, ist ein eigener 1&1 Server die richtige Lösung für Sie.

1&1 Server-Lösungen für Profis

1&1 Server basieren auf den bewährten und sicheren 1&1 Hosting-Angeboten in Verbindung mit der Leistungsfähigkeit eines eigenen Servers. Damit profitieren Sie von einem durchdachten Rundum-Service, ohne auf individuelle Konfiguration und Unabhängigkeit verzichten zu müssen. Die Server-Tarife bringen die bewährten 1&1 Tools und Features mit und ermöglichen die einfache Konfiguration der Hardware über das Konfigurationsmenü. 1&1 Windows-Server sind dedizierte Server, die Sie mit keinem anderen Benutzer teilen. IT-Profis wählen für Windows-Anwendungen und ASP-basierte Webseiten den 1&1 Microsoft Windows-Server 2003 Web Edition.

Der optimierte IIS 6.0 mit voller .NET-Unterstützung und die einfache Bedienung durch die „Weboberfläche zur Remoteverwaltung“ ermöglichen es Ihnen, leistungsfähige Internetapplikationen einzurichten und anzubieten. Für anspruchsvolle Kunden ohne Server-Know-how bietet 1&1 den Managed-Server mit 1&1 Full-Service an. Sie profitieren von der Leistungsstärke eines eigenen Servers ebenso wie von dem erhöhten Bedienkomfort eines 1&1 Webhosting-Pakets, administrieren Ihren Server über das 1&1 Control-Center und genießen parallel den Full-Service-Komfort.

Volle Freiheit bei der Konfiguration und Installation von Programmen und Diensten bieten Root-Server speziell für Linux-Profis. Mit einem 1&1 Root-Server nutzen Sie Ihre Administrationsfreiheit für Programme und Dienste und erhalten einen leistungsfähigen Server, der ideal geeignet ist als Gameserver und für komplexe Datenbankanwendungen.

Möchten Sie Ihre Produkte und Leistungen online vertrieben, ist zudem ein eigener Webshop für Sie ideal.



>> IT-Profis können bei 1&1 zwischen High-Tech-Rechnern unter Linux oder Windows wählen.

1&1 E-Shops

Vielleicht liegt Ihr geschäftlicher Schwerpunkt aber auf dem Vertrieb über das Internet. Dann können Sie zusätzlich zu oder auch anstelle einer Firmen-Homepage Ihren eigenen 1&1 E-Shop ganz ohne Programmierkenntnisse einfach, schnell und günstig eröffnen. Bereits der 1&1 Basic-Shop für 19 Euro monatlich ist eine vollwertige E-Shop-Lösung, mit der Sie schnell und einfach einen Internet-Shop mit bis zu 100 Artikeln in 10 Warengruppen gestalten können, professionell und jederzeit erweiterbar. Der 1&1 Profi-Shop bietet Ihnen als technische Features hierarchische Warengruppen, englische Designvorlagen und vieles mehr für bis zu 1.000 Produkte in 100 Warengruppen. Im 1&1 Premium-Shop verwalten Sie Ihre Kundengruppen komfortabel nach verschiedenen Kriterien und können die Shop-Funktionalität und -Gestaltung durch eigene Programmierung erweitern. ipayment ist hier bereits integriert und Sie können bis zu 5.000 Produkte in bis zu 500 Warengruppen verwalten. Unbegrenzte Warengruppen und Produkte schließlich bieten Sie mit den vielen Optionen des 1&1 Power-Shops an. ■

Aus juristischer Sicht gibt es zahlreiche Fallen, auf die man als Webmaster achten sollte. Folgender Beitrag zeigt auf, wie es um das Domain-Recht in Deutschland bestellt ist.

Die juristisch korrekte Website

Die Rechnung vieler Website-Betreiber geht nicht auf, weil es sich dabei nur allzu oft um eine Milchmädchenrechnung handelt. Sie wollen möglichst wenig Geld investieren und unter Umständen schwer verdientes Geld nicht ausgerechnet einem Anwalt in den Rachen werfen. Oft legen Webmaster die „Vogel-Strauß-Taktik“ an den Tag, frei nach dem Motto: „Warum sollte ausgerechnet mir etwas passieren?“. Dabei kann man bereits im Vorfeld auch mit vergleichsweise geringem zeitlichen und finanziellen Aufwand viele Dinge klären bzw. Fehler vermeiden, wenn man gewisse Grundregeln beachtet und gesunden Menschenverstand walten lässt. Im Zweifel sollte man über den eigenen Schatten springen und zumindest eine Erstberatung bei einem im Bereich des Online-Rechts erfahrenen Anwalt in Anspruch nehmen. Das gilt umso mehr, wenn man mit dem Gedanken spielt, mit seiner Online-Präsenz Geld zu verdienen.

Wahl des Domain-Namens

Die ersten Überlegungen sollten Sie sich bereits ganz am Anfang der Konzeption des eigenen Online-Auftritts machen. Die Wahl des richtigen Domain-Namens verdient ausreichend Zeit, denn hier gibt es bereits zahlreiche Aspekte, die bei Nichtbeachtung in einer kostspieligen Abmahnung münden können. Als Unternehmer legen Sie zunächst Gewicht auf die eigene Kreativität, um einen möglichst griffigen und optimal zur eigenen Unternehmung passenden Namen zu finden. Oft verlässt man sich darauf, dass es keine weiteren Probleme gibt, wenn die Whois-Abfrage bei der Registrierungsstelle für die Top-Level-Domains „.de“, die Denic e.G., zu dem Ergebnis geführt hat, dass der betreffende Name

noch nicht anderweitig vergeben wurde. Nach wie vor unterliegen viele dem Irrglauben, die Denic habe weit gehende Prüfungspflichten. Dem ist aber nicht so, sie prüft lediglich, ob es bereits eine Registrierung gleichen Namens gibt. Ihre Aufgabe ist es also, im Sinne eines reibungslosen Internet-Geschäftsverkehrs Namensgleichheiten zu vermeiden. Allerdings prüft die Denic nicht, ob zum Beispiel markenrechtliche Kollisionen bestehen. Zu dieser Problematik gibt es diverse Urteile, die eine Prüfungspflicht auf Seiten der Denic zu Recht verneinen. Die Überprüfung des Domain-Namens obliegt allein demjenigen, der diese Domain registrieren will. Im Zweifel sollte also eine Markenrecherche betrieben werden. Anhand der Checklisten im ersten Info-Kasten kann man die wichtigsten Grundregeln ersehen, die allerdings nicht immer eine eingehende Prüfung, im Zweifel durch einen Rechtsanwalt, entbehrlich machen. Unabhängig vom Domain-Namen kann auch die Wahl der „falschen“ Top-Level-Domain unter Umständen fatale Folgen haben. In seiner Entscheidung vom 2. September 2003

(AZ: 312 O 271/03) hat das Landgericht Hamburg beschlossen, dass die Top-Level-Domain .ag in Streitfällen nur von solchen Unternehmen geführt werden dürfe, welche auch in der Gesellschaftsform der Aktiengesellschaft organisiert sind. In Deutschland werde das Kürzel AG in aller Regel mit dieser Rechtsform assoziiert, die Nutzung der .ag-Domain beispielsweise durch eine GmbH führe insoweit die Besucher der Webseite in die Irre. Die Hamburger Richter gaben dem klagenden Unternehmen, einer Aktiengesellschaft, Recht und untersagten der Beklagten, einer GmbH, die Nutzung des in Streit befindlichen .ag-Domain-Namens.

Inhalt der Webseite

Nicht weniger Sorgfalt sollte auf den Inhalt des eigenen Internetangebots, also den so genannten Content, gelegt werden. Es dürfte einleuchtend sein, dass man Inhalte von anderen Seiten nicht so ohne Weiteres übernehmen darf. Das Oberlandesgericht Frankfurt hat in einem Fall von „Content-Klau“ (Urteil vom 4. Mai 2004, AZ: U 6/02, 11 U 11/03) dem Bestohlenen nicht nur Schadenersatz, sondern zusätzlich auch noch Schmerzensgeld zugesprochen. Obgleich die Verlockung groß scheint, da es ja so einfach ist, fremde Inhalte zu kopieren, sollte davon also Abstand genommen werden. Entscheidet man sich dafür, den Besuchern seines Webauftritts Inhalte zur Verfügung zu stellen, heißt es also, selber kreativ zu werden. In dem Fall gilt es, darauf zu achten, dass man mit seinen Texten gegen keine Gesetze verstößt. In Frage kommen hier beispielsweise Verstöße gegen strafrechtliche Normen (Beleidigung, Drohung etc.), Wettbewerbsverstöße und auch Verstöße gegen das Marken- oder Urheberrecht.



>> Die Denic e.G. prüft bei der Vergabe von .de-Domain-Namen weder Marken- noch Wettbewerbsrechte.

Interaktive Inhalte

Der Gesetzgeber geht davon aus, dass dem Webmaster nicht nur in Bezug auf eigene Texte, sondern auch hinsichtlich fremder Texte bestimmte Prüfungspflichten obliegen. Ist man inhaltlich für eine Internetseite verantwortlich, schließt das auch etwaige durch Dritte online gestellte Beiträge ein. Die im Teledienstgesetz (TDG) bzw. im Mediendienststaatsvertrag (MDStV) vorgesehene Haftung für eigene Inhalte kann sich auch auf Beiträge Dritter erstrecken, sofern diese nicht als fremde Inhalte gekennzeichnet werden. Man sollte sich also fremde Texte nicht zu Eigen machen, sondern sich ausdrücklich durch entsprechende Hinweise von ihnen distanzieren und diese als Inhalte dritter Personen kenntlich machen.

So genannten Service-Provider, die fremde Inhalte zur Nutzung bereithalten, stellt das Gesetz in § 11 Nr. 2 TDG eine Haftungsprivilegierung zur Seite. Unter den Begriff des Service-Providers fallen Unternehmen, die Server-Platz bereithalten, aber auch Betreiber von Auktionsplattformen (wie zum Beispiel eBay). Sofern ein Service Provider keine Kenntnis von rechtswidrigen, durch Dritte verfasste Inhalte hat bzw. auf entsprechende Hinweise unverzüglich reagiert und diese Inhalte entfernt, gerät er nicht in die Haftung.

Um aber alle Rechtsunsicherheiten zu vermeiden, sollte ein Webmaster die Texte anderer Autoren etwa im Rahmen eines Content-Management-Systems ebenso prüfen wie durch Besucher der Website verfasste Beiträge. Werden also ein Gästebuch, ein Diskussionsforum oder ähnliche interaktive Inhalte angeboten, so sollten diese auch in zumutbarem Umfang regelmäßig überprüft werden.

Angaben im Impressum

Auch bei der Frage nach den Pflichtangaben in einem Impressum kommt es unter anderem darauf an, ob auf dem jeweiligen Internetangebot journalistisch-redaktionelle Texte bereitgestellt werden. Als Erklärung für diesen juristischen Begriff kann man sich faustformelartig merken, dass all die Textbeiträge als journalistisch-redaktionell einzustufen sind, die zur Meinungsbildung beitragen. Reine Produktbeschreibungen oder Vergleichbares sind wohl nicht journalistisch-redaktioneller Natur.

Kommentare oder Stellungnahmen zu gesellschaftlichen oder politischen Themen tragen dagegen unstreitig zur Meinungsbildung bei. Enthält der eigene Internetauftritt solche Texte, verlangt § 10 Abs. 3 MDStV, dass im Impressum eine natürliche Person als verantwortlich für den Inhalt angegeben wird. Neben dieser Angabe

müssen in jedem Fall die Kontaktdaten des Webseiten-Betreibers verzeichnet werden. Das bedeutet, dass zumindest die Adresse sowie eine weitere Kontaktmöglichkeit (Telefonnummer, E-Mail- Adresse usw.) anzugeben ist.

Bei Internetseiten rein privater Natur ist ein Impressum entbehrlich, bei gewerblich betriebenen Seiten kommen aber sogar noch weitere Angaben hinzu. Zusätzlich zu den Kontaktdaten und einem eventuell zu benennenden inhaltlich Verantwortlichen müssen gegebenenfalls weitere Informationen angegeben werden, die abhängig von der Unternehmensform sind. Betreibt eine GmbH oder eine AG eine Webseite, so müssen auch vertretungsberechtigte Personen, Details zum Handelsregistereintrag sowie eventuell eine bestehende Umsatzsteuer-Identifikationsnummer angegeben werden.

Es kommt auf so viele Aspekte an, dass es einer exakten Einzelprüfung bedarf, um nicht mit einem falschen oder unvollständigen Impressum gegen das Wettbewerbsrecht zu verstoßen und somit eine kostspielige Abmahnung zu riskieren.

Externe Links: Verweise auf fremde Webseiten

Als Ergänzung zum eigenen Content findet sich auf nahezu jeder Internetseite eine mehr oder weniger umfangreiche Linkliste mit Verweisen auf andere Internetangebote. Aber auch solche Linklisten bergen Gefahren, falls sie Verweise auf rechtswidrige Angebote enthalten. Man sollte also entweder ganz auf die Angabe von Links auf andere Internetseiten verzichten oder einen ausdrücklichen Ausschluss der Haftung für diese Links formulieren.

Ob dieser Ausschluss im Impressum oder in unmittelbarer Nähe der Linkliste platziert wird,

spielt dabei keine Rolle; klassischerweise befinden sich solche Hinweise im Impressum.

E-Commerce

Wird ein Online-Shop betrieben, ist die Verwendung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für den Unternehmer unerlässlich. Hier kann er bestimmte Dinge regeln, etwa die Liefer- und Zahlungsbedingungen, die Festlegung eines Eigentumsvorbehalts, Servicemodalitäten usw. Allerdings treffen den Unternehmer auch Informationspflichten, die der Gesetzgeber zu Gunsten der Verbraucher festgelegt hat. Online-Verkäufe fallen unter die Regelungen des Fernabsatzrechts, sodass die Käufer bei jedem einzelnen Bestellvorgang auf ihr bestehendes Widerrufs- und Rückgaberecht hingewiesen werden müssen. Preise müssen für die Verbraucher als Endpreise, also ausdrücklich schon mit einbezogener Mehrwertsteuer, angegeben werden. Bei Werbeangeboten dürfen keine willkürlichen Preisangaben erfolgen, so genannte „Lock-Angebote“ verstoßen gegen das Wettbewerbsrecht und können von Konkurrenten oder auch von Verbraucherschutzvereinigungen mit Abmahnungen verfolgt werden, was wiederum Kosten nach sich ziehen kann.

Fazit

Die in diesem Beitrag angesprochenen Aspekte erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, gleichwohl verschaffen sie Ihnen einen guten Überblick über die bestehenden Tücken in Zusammenhang mit dem Betreiben einer eigenen Webseite. Dennoch kann dieser Artikel keine individuelle Rechtsberatung ersetzen, im Zweifel ist eine Einzelfallprüfung entscheidend. ■

CHECKLISTE DOMAIN-NAMEN

■ Diese Namen können Sie verwenden

Der eigene Familienname, im Einzelfall können allerdings bessere Rechte anderer bestehen

Der eigene Firmenname, aber auch hier können im Einzelfall Rechte anderer betroffen sein

Fantasienamen / -bezeichnungen, solange dadurch keine Rechte Dritter beeinträchtigt werden

Gattungsbegriffe, die nicht gegen das Wettbewerbs- oder Markenrecht verstoßen

■ Diese Namen sollten Sie nicht verwenden

Offensichtlich geschützte Namen
Namen existierender Firmen oder prominenter Personen

Bezeichnungen fremder Werke, da diese in aller Regel markenrechtlichem Schutz unterliegen

Städte- / Behördennamen sowie Namen von Bundesländern

sog. „Tippfehler-Domains“ wie z. B. „mircosoft“ oder „jahoo“, da ansonsten ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vorliegen könnte

Cleverer Starthilfe für Existenzgründer



Immer mehr Menschen wagen den Sprung in die Selbstständigkeit. Seit Ende 2002 ging die Zahl der Gewerbeanmeldungen in Deutschland steil nach oben. Spitzenreiter ist die Bundeshauptstadt Berlin. Doch bis zur ersehnten Existenzgründung ist es ein steiniger Weg: Ohne eine solide Finanzierungsgrundlage bleibt so mancher Newcomer auf der Strecke. Zudem müssen die Gründer unzählige Vorschriften und bürokratische Regularien berücksichtigen. Focus-Money will gemeinsam mit sechs Partnern alle „Chefs von morgen“ unterstützen. Mit einem Koffer voller Informationen und interessanten Angeboten will die Initiative Unternehmern den Weg in die Selbstständigkeit erleichtern.

Ein Koffer voller Vorteile

Der Weg in die Selbstständigkeit muss sorgfältig geplant werden. Der „Chefsachen“-Koffer bietet dazu eine Menge hilfreicher Tipps, die den langfristigen unternehmerischen Erfolg von Neu-

gründungen sichern sollen. Spendabel zeigen sich die sechs Partner der Aktion sowohl beim Thema Rabatte als auch bei der Bereitstellung von Informationsmaterial.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) bietet neben einem Gratis-Info-Paket mit kaufmännischem Know-how eine kostenlose Gründersoftware, die die Möglichkeit bietet, einen eigenen Businessplan zu erstellen. Mit Hilfe einer Checkliste kann individuell geprüft werden, ob der Unternehmensstart gut vorbereitet ist.

Virtuelle Starthilfe

Die Schlund + Partner AG ist als Internetprovider auf Geschäftskunden spezialisiert und bietet Gutscheine im Gesamtwert von über 300 Euro für einen kostenlosen DSL-Anschluss über drei Monate, einen Online-Shop, ein professionelles Exchange-Postfach sowie eine Homepage mit eigener Adresse.

Wer heute den Schritt in die Selbstständigkeit wagt, kommt am Thema Internet nicht vorbei. Focus Money hat mit „Chefsachen“ ein Startpaket für junge Unternehmensgründer entwickelt.

Mit eBay in den Webhandel

Bereits 10.000 selbstständige Unternehmen betreiben als „Power-User“ oder „Verkaufsgenten“ hauptberuflich eBay-Handel. In „Chefsachen“ steigt eBay mit der Software „Turbo-Lister“ ein. Als Zusatz gibt es das eBay-Verkäufer-Handbuch mit wertvollen Ratschlägen.

Gelbe Seiten: leichter Einstieg

Das Branchenbuch Gelbe Seiten lockt Existenzgründer mit einem profitablen Angebot: Für das erste Inserat bekommt der „Chefsachen-Kunde“ den doppelten Wert, sprich er kann ohne Aufpreis die Anzeigengröße verdoppeln. Der Wert des Gutscheins beträgt 500 Euro.

Umfassende Grundausstattung

Wer eine erfolgreiche Unternehmensgründung plant, dem darf das nötige Bürozubehör nicht fehlen. Staples-Büromärkte bieten den Neugründern bei einem Einkauf von 150 Euro ein Warenpaket im Wert von 65,20 Euro an.

Das Plus an Kommunikation

E-Plus bietet seinen Kunden im Rahmen der Initiative „Chefsachen“ einen Spezialrabatt von 50 Euro auf ein Handy freier Wahl an. Die Aktion gilt für den Tarif Time & More 200. Über die zusätzliche Option Family & Company können bis zu fünf Partner für je 2,50 Euro im Monat kostenlos miteinander telefonieren.

Der „Chefsachen-Koffer“ mit den geballten Informationen und Vergünstigungen kostet 49 Euro und kann über die Internetadresse www.focus-money.de/chefsachen bestellt werden. ■