



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Wereldwijde domeinnaamhoeheid

van Eijk, N.

Publication date

2012

Document Version

Final published version

Published in

BTG-Magazine

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

van Eijk, N. (2012). Wereldwijde domeinnaamhoeheid. *BTG-Magazine*, 20(79), 38.
<http://magazine.btg.org/author/nicovaneijk/>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Wereldwijde domeinnaamhoeheid



Nico van Eijk

Vanitas Vanitatis: ijdelheid der ijdelheden. Dit gezegde wordt ook bij domeinnamen in stelling gebracht. Wie wil er nu niet zijn eigen domeinnaam bezitten? Ik herinner mij nog dat vaneijk.com beschikbaar bleek te zijn en ik er maar meteen beslag op legde, want je weet maar nooit. Niet veel later kreeg ik een brief van de fanclub van Stig van Eijk met het verzoek de domeinnaam aan hen af te staan. Nu is Stig van Eijk inmiddels in vergetelheid geraakt, maar toentertijd was hij de Noorse kandidaat voor het Eurovisiesongfestival. Hij haalde een niet onverdienstelijke veertiende plaats, maar vaneijk.com heb ik toch maar gehouden.

Maar niet alleen ijdelheid is bepalend: veel bedrijven, instellingen en overheden zien het als een noodzaak om hun naam in zo veel mogelijk domeinnaamvarianten vast te leggen om te voorkomen dat hun merk vervaagt of er een ongewenste associatie wordt gelegd.

Belangstellenden moesten het lang doen met domeinnamen die eindigen op een algemene (.com, .org, .net) of landencode (.nl, .be). Maar ICANN, de organisatie die domeinnamen uitgeeft, heeft na jaren-

lange discussie de deuren nu definitief opengezet. Het is in beginsel mogelijk om ieder reeks van tekens als een 'global Top Level Domain', een gTLD, aan te vragen. De procedure die daarvoor werd opgestart heeft inmiddels een lijst van gegadigden opgeleverd. Daaronder veel *usual suspects*. Shell wil natuurlijk .shell evenals ongeveer iedere andere multinational. De meest besproken Nederlandse gegadigde is de gemeente Amsterdam, die .amsterdam claimt. Een van de oorspronkelijke plannen was om iedere Amsterdammer zijn eigen e-mailadres te geven. Die ambitie is inmiddels weer van tafel.

Eigenlijk valt de lijst enorm tegen. In het totaal zijn er wereldwijd niet meer dan 1930 domeinnamen waar belangstelling voor is. Een mogelijke oorzaak zijn de kosten en de ingewikkelde procedure. Er moet vooraf een bedrag van 185.000 dollar op tafel komen, dat men geheel of gedeeltelijk kwijtraakt als de aanvraag niet wordt gehonoreerd. De procedure zelf is een enorme papieren tijger. Waarschijnlijk vallen er kandidaten af want er zijn de nodige protesten. Zo heeft een Turkse meneer een grote hoeveelheid aan de islam gerelateerde namen geclaimd en vindt Argentinië dat Patagonia een regionale aanduiding is en niet kan verwijzen naar een fabrikant van buitensportkleding.

Volgens mij is er ook 'domeinnaamhoeheid' ingetreden. Zucht: alweer een zoveelste domeinnaam die moet worden veiliggesteld. En waar dient het toe? Domeinnamen zijn natuurlijk belangrijk, maar al lang niet meer als enige bepalend voor de vindbaarheid op het internet. Zoeken gebruikers nog wel op domeinnamen of laten zij zich vooral leiden door de uitkomsten van een Google zoekactie? En is het niet belangrijker om goed in sociale netwerken te zitten, waar gebruikers elkaar bestoken met Likes, de opgestoken duim van Facebook? Is niet een goed gerucht op Twitter de echte basis voor (kortstondige) wereldfaam?

De marketingmachine die het internet heet, draait niet meer op domeinnamen. Domeinnamen vervullen nog steeds een rol en kunnen een krachtig marketinginstrument zijn wanneer ze zijn ingeburgerd of wanneer het om sterke merken gaat. Tegelijkertijd zijn domeinnamen een radertje in een grotere markt op zoek naar aandacht en transacties.

Maar het blijft verleidelijk, zo'n eigen domeinnaam. Toch maar even verder sparen voor [vaneijk](http://vaneijk.com).