



Own Your Namespace: Wie dotBRAND-Domains den Domain-Angriffsvektor eliminieren

CyberCrime Forum | 16. April 2026 | 30 Min.

Über uns

LEMARIT

Wir haben Ihre digitale Marke im Blick

Von Domain Management bis Markenüberwachung: Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung bietet LEMARIT digitalen Markenschutz aus einer Hand.

Über 20 Jahre ganzheitliche Online Brand Protection

Corporate Domain Service, Monitoring & Enforcement, Security & Technical Services, Registry & dotBRAND Services

Klare Spezialisierung auf dotBRAND TLDs

Langjährige Betreuung globaler Domainportfolios großer Marken mit tiefem Verständnis für Marken-, Sicherheits- und Governance-Anforderungen – deswegen Fokus auf dotBRANDS (.marke). Keine generischen, Community- oder Geo-TLDs.

Technologie & Infrastruktur

Eigenes Registry Backend (RSP), von ICANN pre-evaluated Technischer Registry-Betrieb und DNS-Infrastruktur ICANN Compliance, Reporting und Registry Operations



Übersicht

Die heutige Agenda



01

Angriffsvektor Domain

Phishing, Spoofing, Impersonation:
Angriffe durch Cybersquatting

02

Eigene Domainendung

Was ist eigentlich eine
dotBRAND?

03

Vorteile einer dotBRAND

IT, Legal, Marketing: Alles zu den
Vorteilen einer eigenen TLD

04

Best Practices

Praktische Einblicke in die aktive
Nutzung von dotBRANDS

05

Zeitfenster und Kosten

Die Frage(n) aller Fragen: Wann und wie
viel?

06

Nächste Schritte

Wie Unternehmen sich vorbereiten –
und was sie beachten müssen

Angriffsvektor Domain

Phishing, Spoofing, Impersonation

- ✓ **Lookalike-Domains sind eine reale Gefahr**
 - ✓ jede Dritte Lookalike-Domain „böartig“ (H1 2024: Zscaler ThreatLabz)
- ✓ **Phishing als Proxy für Angriffsvektor Domain**
 - ✓ 60% aller Phishing-Webseiten nutzt Cybersquatting
 - ✓ 26% der DACH-Unternehmen waren 2024 von Schäden durch Phishing betroffen
- ✓ **267 Mio. Gesamtschaden in 2024**
 - ✓ Bitkom: 2/3 der Schäden durch Cyberangriffe
 - ✓ Q3 '24: 116% Anstieg der Cyberangriffe in DACH

Eine dotBRAND wie .bmw oder .telekom stellt sicher, dass Dritte keine Domain unter dieser TLD registrieren.

sparkasse.de



sparkase.de

sparkasse-HH.online

spxn--rkxn—sse.de

sparkasse.com



Schutz vor Domainmissbrauch

Ganzheitlicher Ansatz

- ✓ **Defensive Domainregistrierung/Domainstrategie**
 - ✓ Strategisches Reservieren von Domainvarianten und -erweiterungen
- ✓ **Domain Monitoring als Frühwarnsystem (Online Brand Protection)**
 - ✓ Zeigt bestehende und neu registrierte Domains, die eine Gefahr für die eigene Marke darstellen können
- ✓ **Eigene Domainendung als Königsweg**
 - ✓ dotBRAND: Die eigene Marke als TLD
- ✓ **DNS-Einstellungen und Erweiterungen**
 - ✓ DMARC, TLS/SSL, DNSSEC, HSTS (leitet immer zu HTTPS weiter)
- ✓ **Gegenmaßnahmen I: Technischer Takedown**
 - ✓ Schnelle Reaktion bei akuten Domain-Angriffen
- ✓ **Gegenmaßnahmen II: UDRP/URS**
 - ✓ ICANN-Verfahren zur Beilegung von Domainstreitigkeiten



Kunde



LEMARITs All-in-one Lösung

Online Brand Protection und Expertenberatung



Corporate Domain
Services



Monitoring &
Enforcement



Security & Technical
Services



Registry &
dotBRAND Services

5

LEMARIT
Thinking beyond domains.

Own Your Namespace

Was ist eigentlich eine dotBRAND?

Im Jahr 2012 startete ICANN (The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) ein Programm zur Einführung neuer gTLDs (generic Top-Level Domains), das Unternehmen und Organisationen die Möglichkeit bot, ihre eigene TLD zu beantragen.

Eine dotBRAND ist eine TLD, die Ihren Markennamen als Domainendung nutzt.

Mit dem Besitz einer eigenen Domainendung kontrolliert Ihr Unternehmen den gesamten Namensraum – und damit einen eigenen Teil der Internetinfrastruktur.

marke.com



ihreideen.marke



Vorteile einer dotBRAND

IT-Security

- + **Reduzierte Angriffsflächen** (max. ein Registrar notwendig, keine Reseller, keine allgemeinen Registrierungen)
- + **Markenschutz** (prägnante URLs und „Vanity URLs“)
- + **Spam und Phishing unter Kontrolle** (DMARC¹, homografische Angriffe, CEO-Fraud, E-Mail-Spam)
- + **Vertrauen und Authentifizierung** unter Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten
- + **HSTS²** (leitet immer zu HTTPS weiter)
- + **DNSSEC-Implementierung einfach gemacht** – auf allen Domains

¹ Domain-based Message Authentication, Reporting, and Conformance

² HTTP Strict Transport Security

Autorisierter URL-Shortener

go.marke

VPN-Zugang

vpn.marke

Kundenportal

my.marke

Interne Nutzung

ip.marke



Vorteile einer dotBRAND

Digitale Souveränität

- + **Volle technische Kontrolle über den gesamten Namensraum**
- + **Keine Registrierungen durch Dritte** – nur Sie bestimmen, wer eine .marke registriert
- + **DSGVO & NIS2 ist bei LEMARIT inklusive (deutsches RSP)**
- + **Ihr Vertrag, unser Beitrag:** Wir vertreten Ihre Interessen bei ICANN
- + **Alle Reden von digitaler Souveränität – mit ihrer dotBRAND schaffen Sie Fakten!**

Zentrale Unternehmenspräsenz

company.marke

Eigene Identitäts- und Login-Struktur

id.marke

Direkter Zugang für Partner

partners.marke

Eigene Service- und Systemlandschaft

platform.marke



Vorteile einer dotBRAND

im KI-Zeitalter

- + **Vertrauenswürdige Primärquelle für KI-Systeme**
 - ☑ „If it's .brand, it's authentic“
- + **Bessere Verarbeitung durch KI**
strukturierte Daten, konsistente Domain-Strukturen
- + **Grundlage für API- und datengetriebene Nutzung**
Integration in KI-Systeme und automatisierte Prozesse
- + **Reduzierung von Fehlzuordnung und Fake-Quellen**
klar abgegrenzter Markenraum ohne Drittregistrierungen
- + **Unterstützung bei KI-gestützten Entscheidungsprozessen**
höhere Kontrolle über Darstellung von Produkten und Services

Strukturierte Produktdaten

products.marke

Anbindung für KI-Systeme & Partner

api.marke

Verifizierte Support-Quelle

verify.marke

Transaktionen/direkte Kaufprozesse

buy.marke



LEMARIT
Thinking beyond domains.

Vorteile einer dotBRAND

Legal & Marketing

- + **Branding**
 - ✓ Vertrauen der Kunden
 - ✓ Umfassende Nutzung von Domains
- + **Maximale Verfügbarkeit**
 - ✓ Kreativität sind keine Grenzen gesetzt
 - ✓ Optimierte Kommunikation
 - ✓ Direkter regionaler Zugang
- + **Basis für strukturierte Inhalte und Sichtbarkeit**
- + **Kostenreduzierung im Domainbestand und bei rechtlichen Verfahren**

marke.com



home.marke

produkt.marke

kampagne.marke

socialhub.marke

Beispiele

dotBRANDs in Zahlen

Blick auf den europäischen Markt

Domainregistrierungen und Wachstum

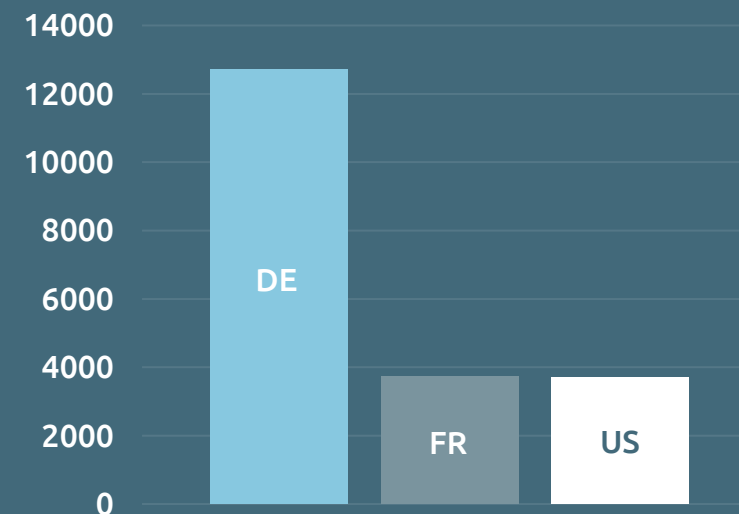
- ✓ Deutschland mit den meisten „DUM“, gefolgt von Frankreich und den USA

EU-Marktentwicklung

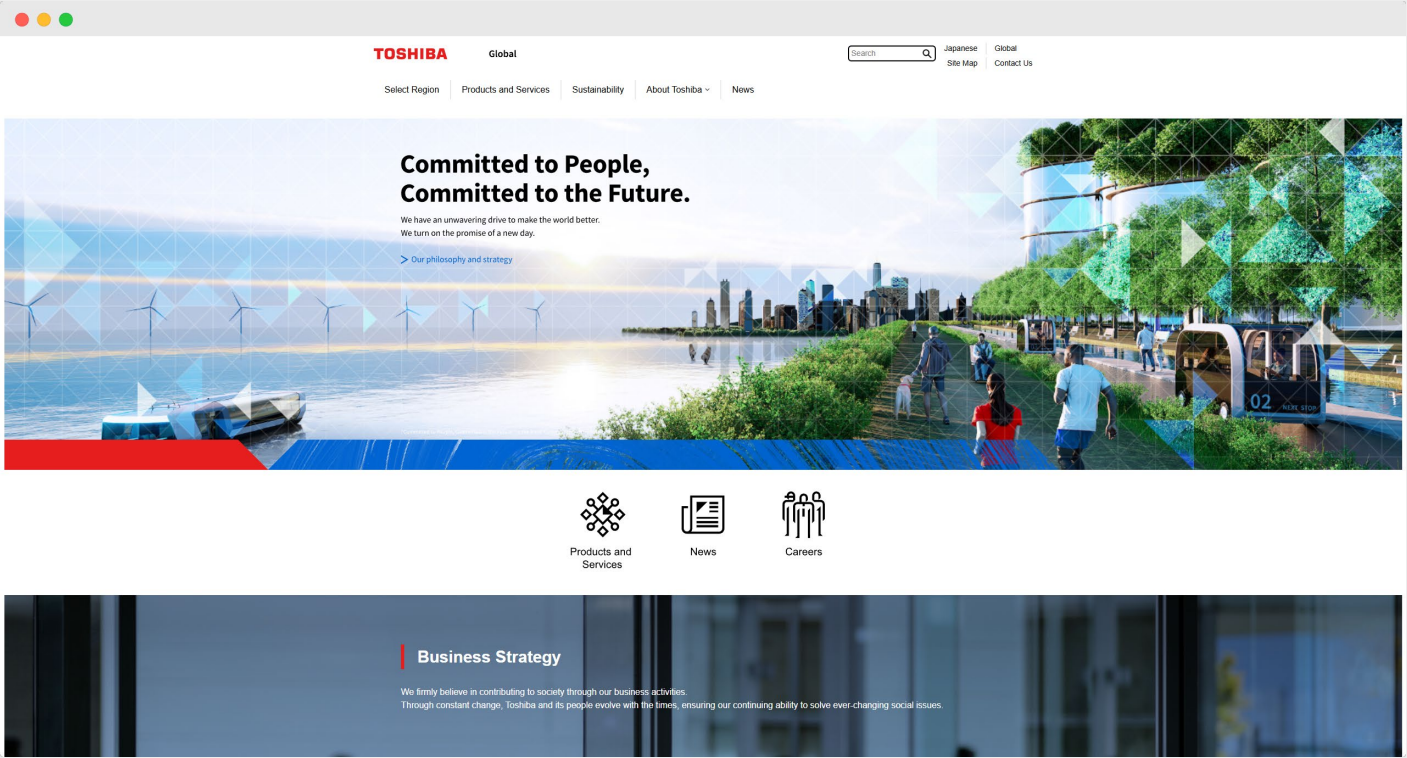
- ✓ Das Bewusstsein und die Kreativität bei der Nutzung von dotBRANDs wächst.

TLDs mit +1000 Registrierungen	
.dvag	8.545
.audi	1.645
.allfinanz	1.671
.mma	1.617
.leclerc	1.152

Verteilung Domainregistrierungen unterhalb dotBRANDs



global.toshiba
Unternehmensseite



home.komatsu

Unternehmensseite

The screenshot shows the Komatsu corporate website. At the top, there is a navigation bar with the Komatsu logo and links for 'About us', 'Sustainability', 'Industries we support', 'Newsroom', 'Investor relations', and 'Dealer locator'. A search icon is also present. Below the navigation bar, there is a main banner featuring a red Komatsu excavator in a snowy forest. The text 'How technology transformed forestry' is overlaid on the image, with a 'Learn more' button. To the right of the banner are icons for email, Japanese language, and a globe. Below the banner is a row of four smaller images: a yellow mining truck, a yellow excavator, a yellow excavator, and a yellow excavator. The 'Highlights' section contains four items: 1. 'News' with a yellow mining truck image and text about a PoC for Co-Creation with Bridgestone. 2. 'News' with the Komatsu logo and text about a change of representative directors. 3. 'News' with the Komatsu logo and text about being selected for the Dow Jones Sustainability World Index. 4. 'Special website' with an image of a racing car and text about the partnership with Atlassian Williams Racing.

KOMATSU About us Sustainability Industries we support Newsroom Investor relations Dealer locator

How technology transformed forestry

Learn more

Highlights

News

Bridgestone and Komatsu launch a PoC for Co-Creation to improve fuel efficiency and extend tire life of mining trucks

Bridgestone Corporation and Komatsu Ltd have launched a proof of concept for a collaborative initiative aimed at providing new solution services to mining customers.

News

KOMATSU

Notice of Change of Representative Directors' Positions

Please be advised that the Board of Directors of Komatsu Ltd. (hereinafter "Komatsu") made a resolution concerning the change of representative directors' positions as follows in the Board meeting held today (January 31, 2025).

News

KOMATSU

Komatsu Selected for the 19th Consecutive year to the Dow Jones Sustainability World Index

Komatsu was selected for the nineteenth consecutive year as a component of the Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World).

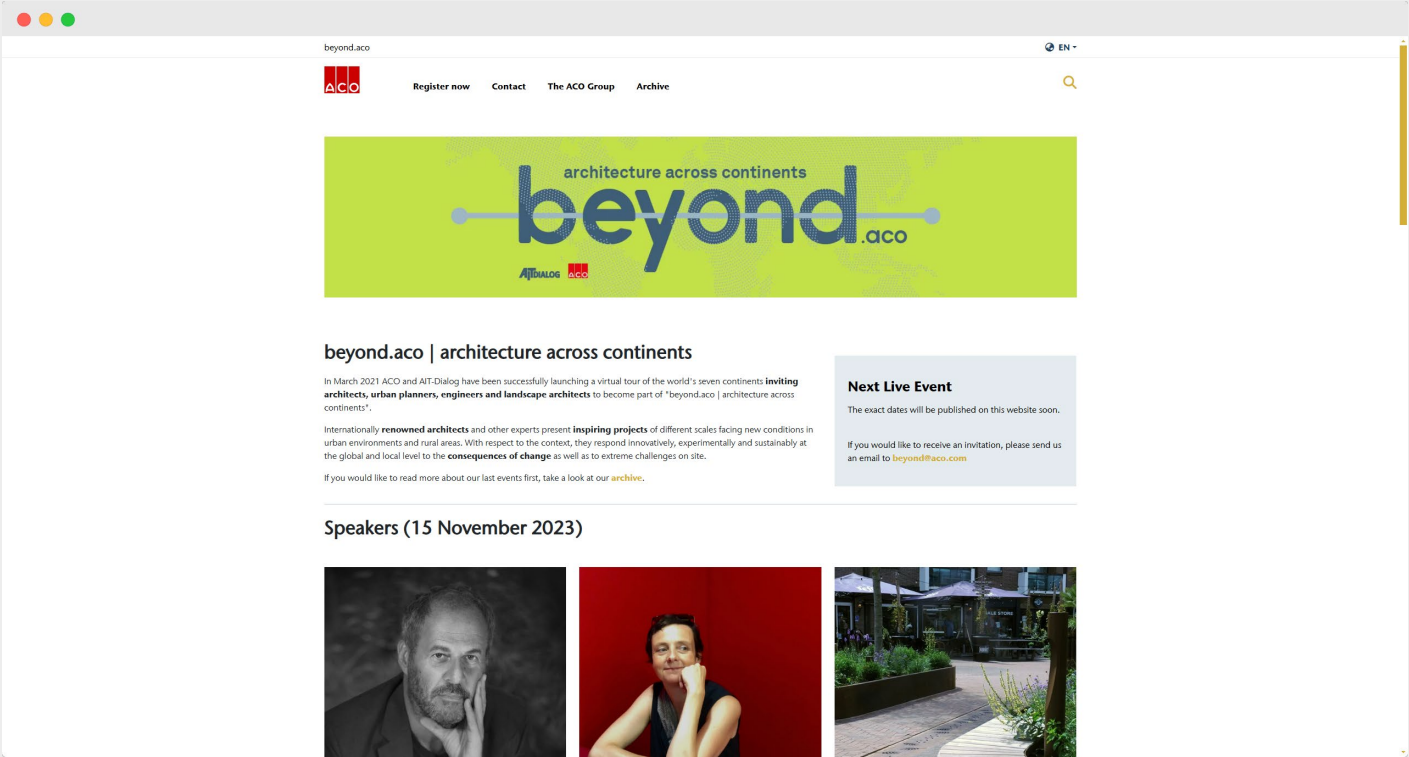
Special website

Komatsu x Atlassian Williams Racing Partnership

Learn more about Komatsu becoming Principal Partner of Atlassian Williams Racing.

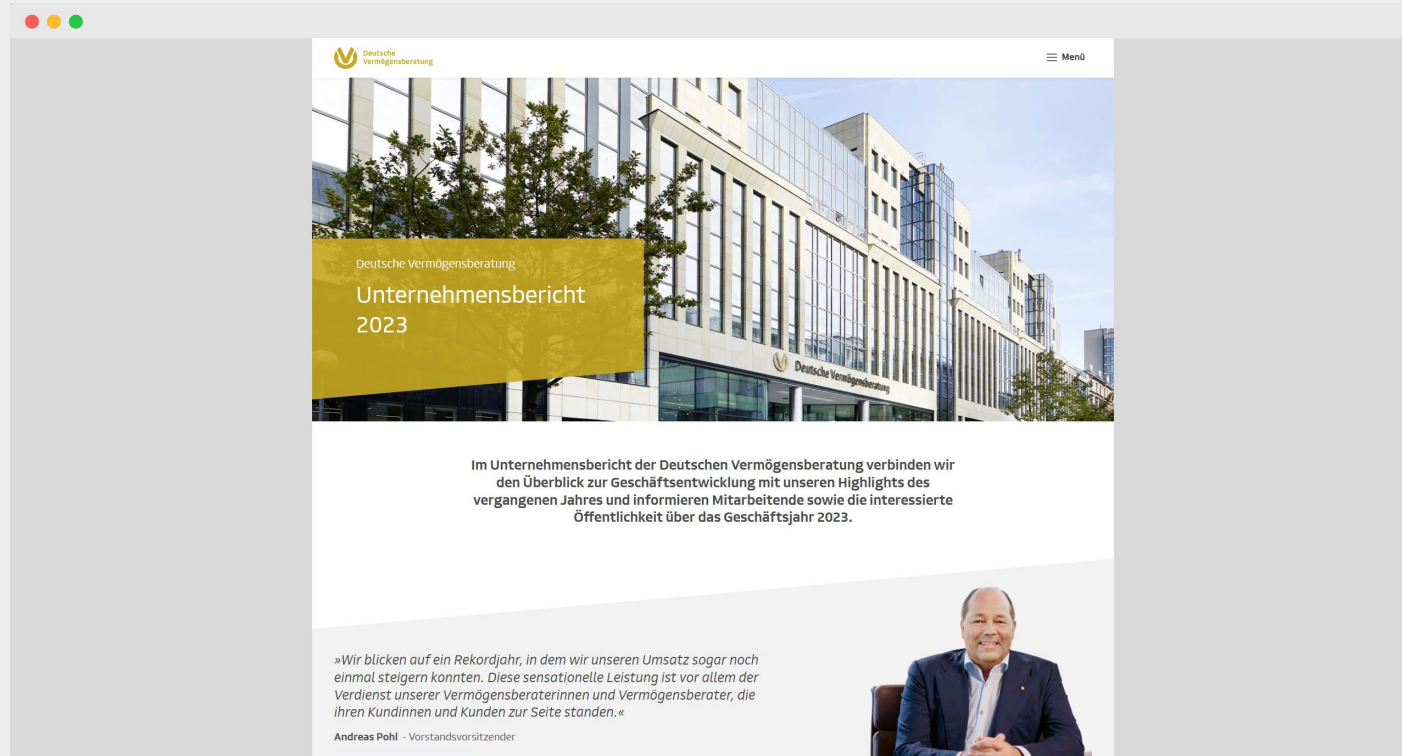
beyond.aco

Events & Customer Relation



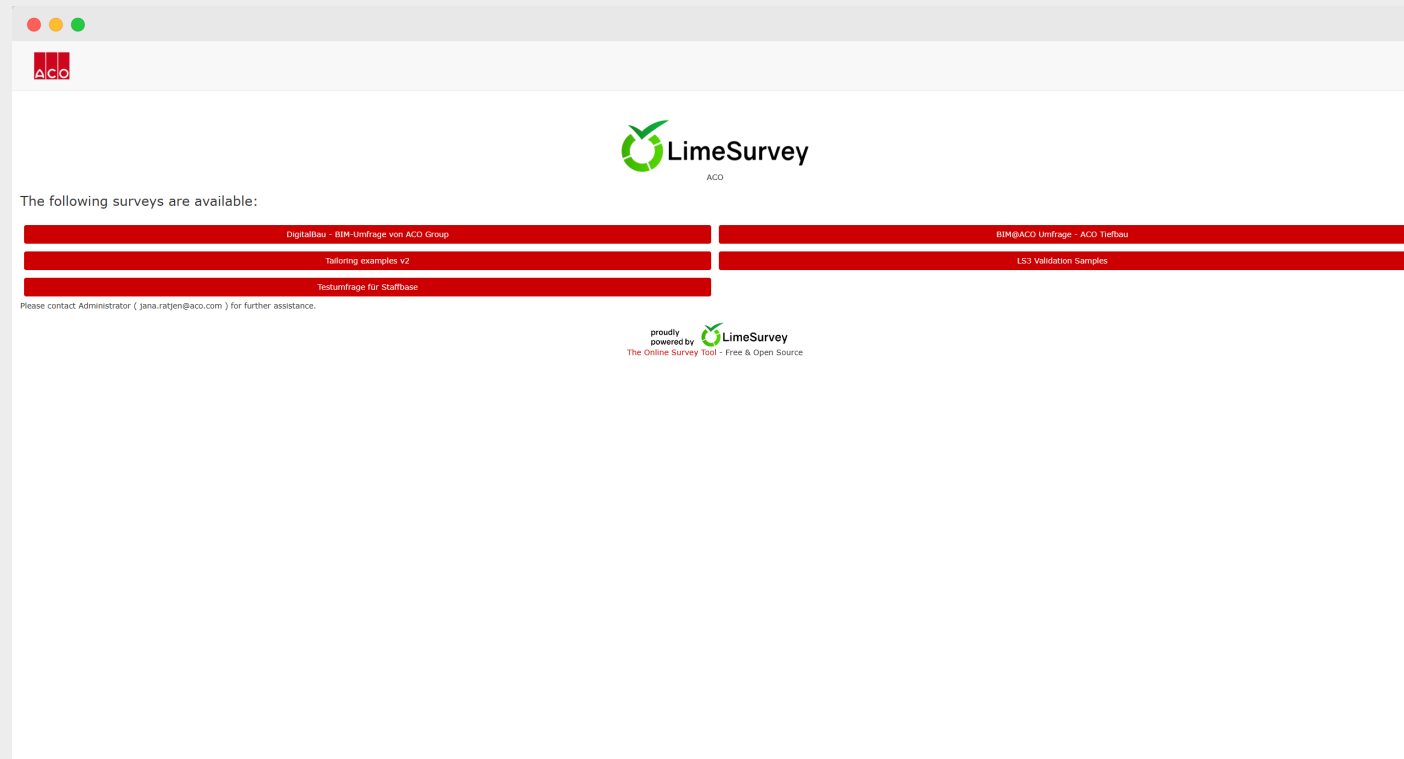
unternehmensbericht.dvag

Unternehmensbericht



survey.aco

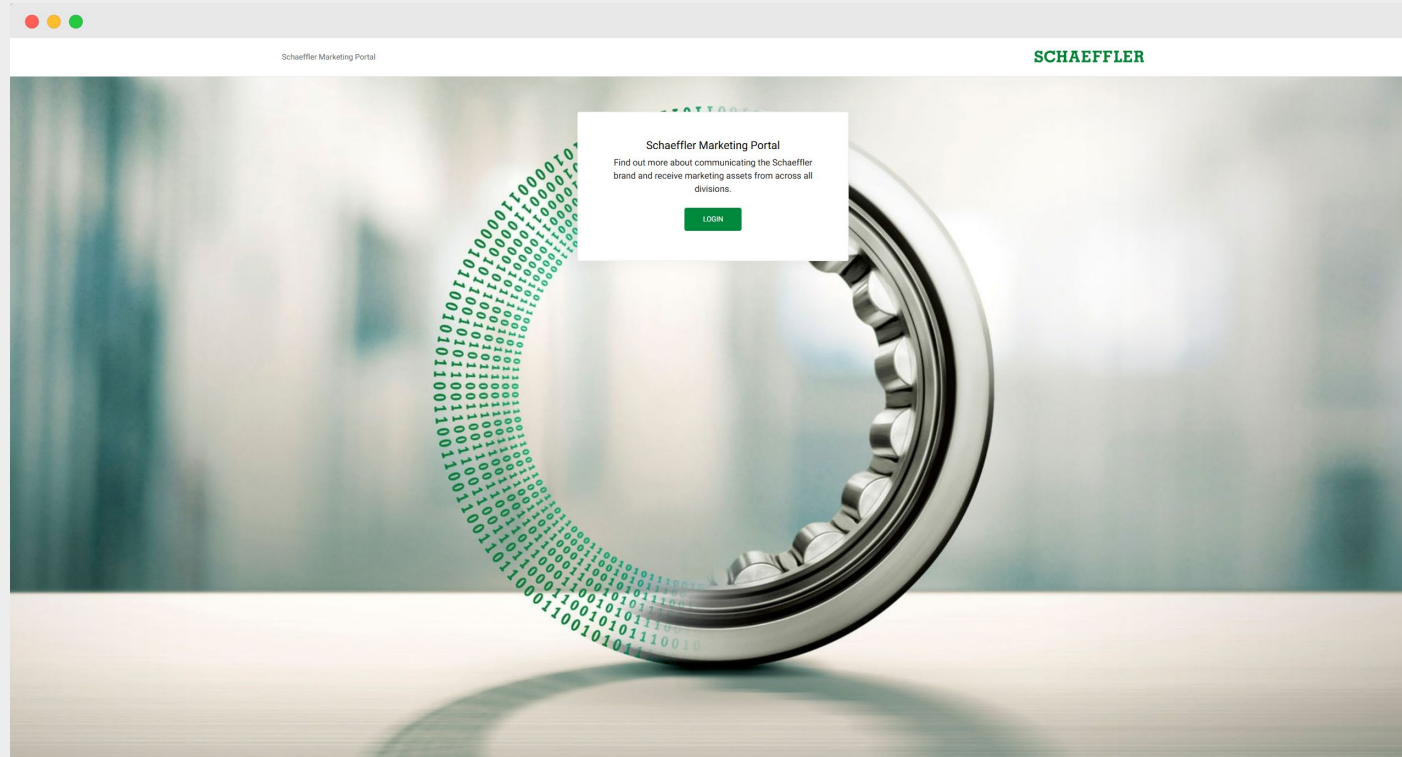
Feedback



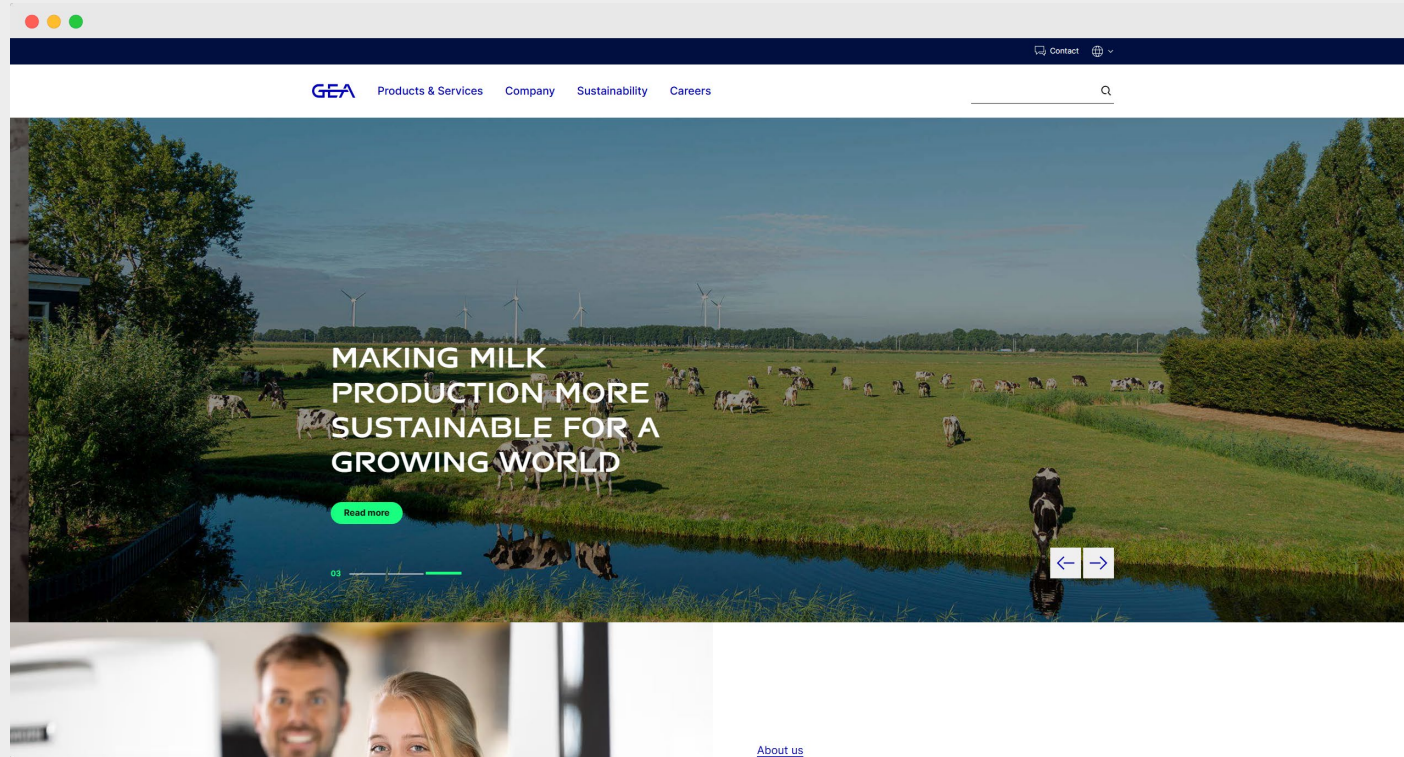
The screenshot displays the LimeSurvey web interface. At the top left, there is a small ACO logo. The main header features the LimeSurvey logo with the text "ACO" below it. Below the header, the text "The following surveys are available:" is displayed. Underneath, there are three rows of red horizontal bars representing survey titles. The first row contains two bars: "Digitalbau - BIM-Umfrage von ACO Group" and "BIM@ACO Umfrage - ACO Tiefbau". The second row contains two bars: "Tailoring examples v2" and "LS3 Validation Samples". The third row contains one bar: "Testumfrage für Staffbase". Below the survey list, there is a small text line: "Please contact Administrator (jana.ratjen@aco.com) for further assistance." At the bottom center, there is a logo for LimeSurvey with the text "proudly powered by LimeSurvey" and "The Online Survey Tool - Free & open Source".

marketing-portal.schaeffler

Portal



go.gea
Wissen



The screenshot shows the 'E. MERCK KG' section of the company website. The page features a purple header with the Merck logo and navigation links. The main content area has a teal and purple background with the text 'E. MERCK KG' and a sub-header 'UNSERE EIGENTÜMER'. Below this, there are two columns of text detailing ownership and organizational structure. A large number '70,3' is prominently displayed, representing the percentage of capital held by the Merck family, and '29,7' represents the percentage held by shareholders. The page also includes a 'TEILEN' button and a 'KARRIERE' link in the top right corner.

DE | EN | Unser Aktienkurs c.d.B. → 0,0%

KARRIERE |

MERCK

ÜBER UNS | KOMPETENZEN | FORSCHUNG | PRESSE | INVESTOREN

UNTERNEHMEN | MANAGEMENT

E. MERCK KG

Über die E. Merck KG ist die Gründerfamilie bis heute Haupteigentümerin von Merck.

TEILEN

UNSERE EIGENTÜMER

Die persönlich haftende Gesellschafterin E. Merck KG hält am Gesamtkapital der Merck KGaA rund 70%, Kommanditaktionäre halten den in Aktien eingeteilten Rest.

Die E. Merck KG ist nicht an der Geschäftsführung beteiligt, sie trifft die unternehmerischen Grundsatzentscheidungen des Merck-Konzerns. Das Kapital der E. Merck KG wird gegenwärtig zu 99,9 Prozent von der Merck-Familie gehalten, die übrigen Anteile von Mitgliedern der Geschäftsleitung der Merck KGaA.

EIGENTÜMERSTRUKTUR DER MERCK KGaA

70,3 Prozent Kapitalanteil der Merck-Familie	29,7 Prozent Grundkapital der Aktionäre
--	---

DIE ORGANE DER E. MERCK KG

Gesellschafterversammlung
Die Gesellschafterversammlung ist eine Versammlung aller Gesellschafter der E. Merck KG und mit der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft (AG) vergleichbar. Sie nimmt die Berichte der übrigen Organe entgegen, wählt die Mitglieder des Familienrates, entscheidet über Änderungen des Beteiligungsverhältnisses an der Merck KGaA, über Kapitalerhöhungen und Vertragsänderungen. Sie findet mindestens einmal jährlich statt.

Familienrat

Beteiligte Parteien

Das Betreiben einer eigenen TLD erfordert Dienstleistungen, die von spezialisierten und ICANN-akkreditierten Partnern angeboten werden (müssen).

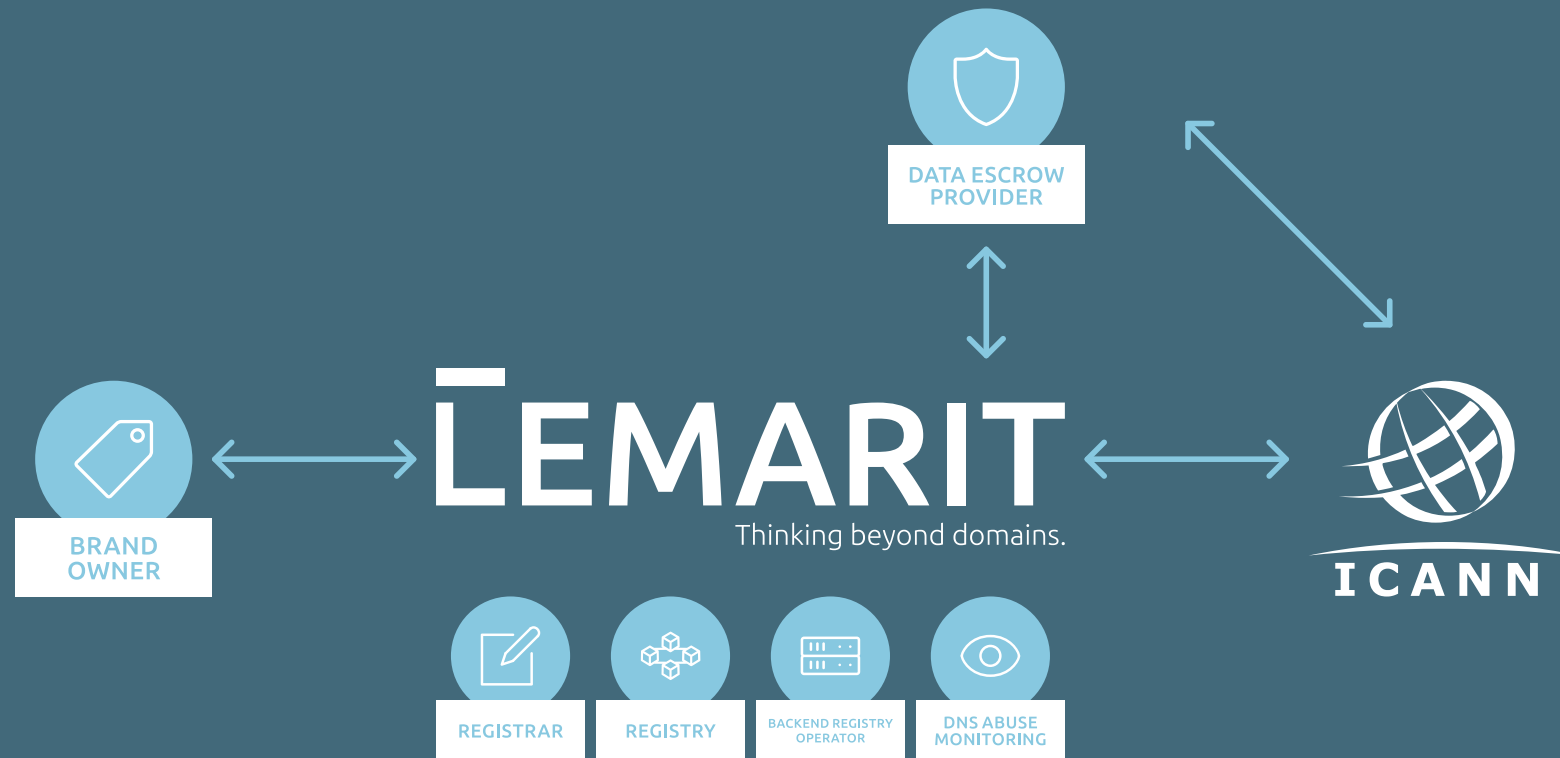
Als pre-evaluierter Registry Service Provider (RSP) bietet LEMARIT ein umfassendes Servicepaket und betreibt und verwaltet Ihre TLD mit dem gesamten Leistungsspektrum.

LEMARIT kennt die Tücken einer dotBRAND-Bewerbung – und weiß sie zu meistern. Dabei profitieren wir von der Erfahrung aus etlichen erfolgreichen Bewerbungen, der Mitarbeit in Arbeitsgruppen der ICANN, der verantwortlichen Position in der BRG, sowie der täglichen Arbeit mit Markeninhabern.

- 1 Planung
- 2 Bewerbung
- 3 Einführung der TLD
- 4 Betrieb und Support
- 5 Beratung

Beteiligte Parteien

Mit LEMARIT gibt es nur einen Ansprechpartner



Der Data Escrow Provider muss eine vom Betrieb unabhängige Einrichtung sein. LEMARIT arbeitet mit der DENIC Services GmbH & Co. KG.

Kostenübersicht



Initiale Kosten

ICANN Bewerbungsgebühr	USD 227.500
Bewerbung & Co. ¹	ab EUR 40.000
TMCH Setup (RPM Access Fee) ¹	USD 5.000



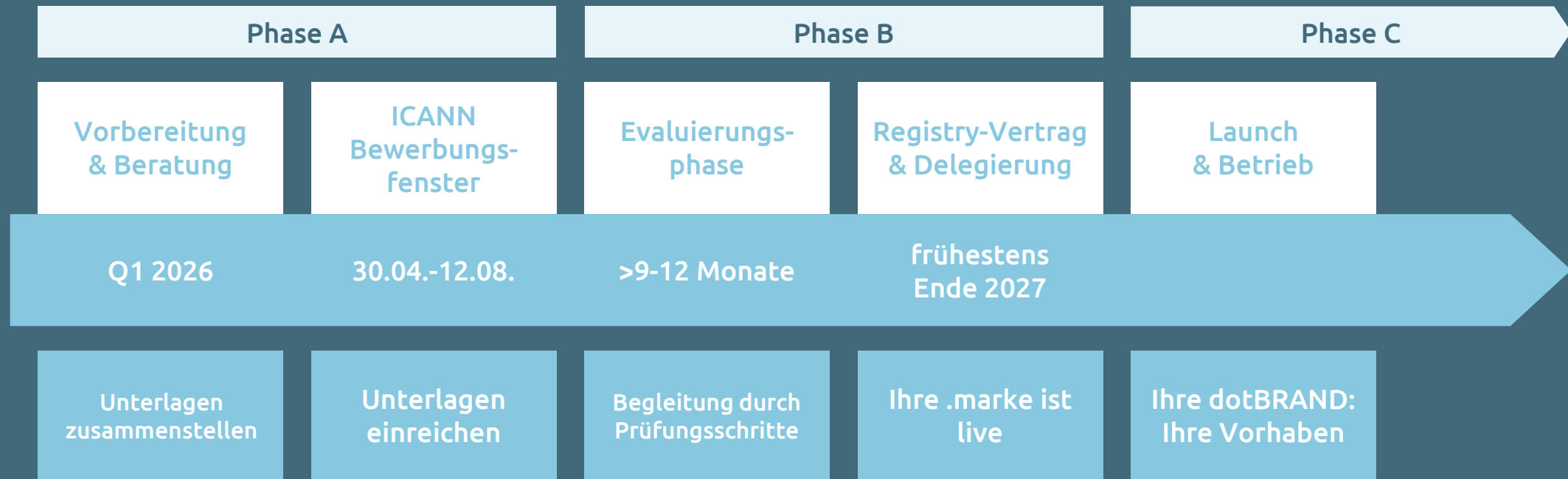
Jährliche Kosten

ICANN Gebühren	USD 25.800
Escrow Gebühren (DENIC Services)	EUR 1.200
Registry System & DNS ¹	ab EUR 22.500
Registry Operations (Compliance & Support) ¹	ab EUR 20.000
Single Registrar ¹	ab EUR 9.000
Gesamt	ca. EUR 75.000

¹ finale Kosten z. T. abhängig vom Aufwand und der individuellen TLD-Nutzung

Zeitleiste

Die Reise beginnt jetzt



Nächste Schritte

Ihr Weg zur dotBRAND

1. Projekt initiieren

- ✓ Verantwortliche benennen und Stakeholder einbinden
- ✓ Unterstützung auf C-Level sichern

2. Strategie & Business Case entwickeln

- ✓ Ziele und Einsatzbereiche definieren
- ✓ Wirtschaftlichkeit und Nutzung abstimmen

3. Bewerbung vorbereiten & einreichen

- ✓ ICANN-Bewerbung gemeinsam mit LEMARIT durchführen
- ✓ Struktur und Nutzung der dotBRAND festlegen

4. Umsetzung & Betrieb aufsetzen

- ✓ Internes dotBRAND-Team etablieren
- ✓ Betrieb und Weiterentwicklung sicherstellen

Das Bewerbungsverfahren ist begrenzt. Wer sich diese Option sichern will, muss jetzt die Grundlage schaffen.

Markeninhaber



Legal

Marketing

IT-Security

Finanzen

Und jetzt?

Ihre Reise beginnt hier



Unverbindliche Evaluation anfordern

- ✓ Beurteilung zur Möglichkeit – und Wahrscheinlichkeit – einer erfolgreichen Bewerbung



Machbarkeitsanalyse für Ihre dotBRAND erhalten, inkl.:

- ✓ Risikoanalyse
- ✓ Wettbewerbsanalyse
- ✓ konkretere Kostenübersicht

Stillschweigen wird vereinbart, gerne auch per NDA.

Group Discussion

Welche Anforderungen die ICANN an die Bewerbung stellt, technische Voraussetzungen und Vorgaben.

ICANNs Anforderungen

Ihr Weg zur dotBRAND



Organisation

Was ICANN sehen will

- klare Unternehmensstruktur
- definierte Verantwortlichkeiten
- Policies (Umgang mit Domains, Abuse, etc.)



Technik

Was dahinter steckt

- Betrieb einer stabilen DNS-Infrastruktur
- hohe Verfügbarkeit (24/7, global)
- DNSSEC
- EPP-Schnittstellen (Für Domainverwaltung)
- Monitoring & Incident Handling
- Pre-Delegation Testing (Nachweis, dass alles funktioniert)



Finanzen

- Nachweis, dass der Betrieb langfristig gesichert ist
- ausreichend Ressourcen
- kein "Wir probieren Mal"

Vielen Dank

Kontakt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Bitte zögern Sie nicht, uns bei Fragen zu diesen und anderen Themen zum digitalen Markenschutz zu kontaktieren.

Martin Küchenthal

CEO

mku@lemarit.com | www.lemarit.com

Jeanette Weber

Project Manager

dotBRAND & Registry Service Provider

j.weber@lemarit.com | www.lemarit.com

