

Domain mit oder ohne Bindestrich verwenden?

Der Bindestrich ist ein Stolperstein bei der [Domainregistrierung](#). Ein Beispiel aus dem Jahr 2013 bringt das gut zur Geltung: Da startete ein Guerilla-Wahlkampf mit der Webseite [angelamerkel.de](#). Statt Infos über die Kanzlerin stolperten Leser hier über SPD-Wahlplakate. Eine schnelle Recherche zeigte: Ein Mann aus Odessa in der Ukraine hatte sich die Webseite ohne Bindestrich gesichert. Die mit Bindestrich? Die gehörte der Kanzlerin.

Inhalte

- [Prominente Verwechslungen zu Bindestrichen und Umlauten](#)
 - [rtl-info.be: Falschmeldung über Atomexplosion](#)
 - [Wahlkampflogan: Söder macht's](#)
 - [Kostenlose Checkliste](#)
 - [stefan-kerth.de](#)
 - [Kopftücher unter hc-strache.at](#)
 - [afd-ostfriesland.de: Refugees welcome * Bring your families](#)

Wenn Deutsche ihre [Domain registrieren](#), setzen sie oft einen Bindestrich ein. Er trennt die Worte klar und macht die Domain lesbarer und leichter zu merken. Domains ohne Bindestrich bleiben oft links liegen. Doch es kann Sinn ergeben, Bindestriche wegzulassen. In den USA ist genau das normal: Dort registrieren sie ihre Domains ohne Bindestrich. Die US-Domain-Experten nennen den Bindestrich sogar »Todesstrich« (Dash-of-Death). So gut wie niemand kommt auf die Idee, eine Domain mit Bindestrich zu registrieren. Doch auch in Deutschland gibt es Menschen, die keine Bindestriche mögen: Die hessische CDU leitete damals [cdu-hessen.de](#) auf

cduhessen.de weiter und verzichtet heute sogar auf diese wichtige Weiterleitung.

Achten Sie darauf: Wenn Sie eine Domain mit Bindestrich registrieren, sichern Sie sich auch die Variante ohne Bindestrich. Das betrifft Privatpersonen und wichtige Firmen-Domains.

Statistiken zu Bindestrich-Domains

- Unsere [Startup-Domain-Studie](#) ergab, dass 6,8 Prozent aller analysierten deutschen Startup-Domains einen Bindestrich enthalten. Eine vergleichbare Studie für US-Startup-Domains ergab, dass dort nur 0,6 Prozent einen Bindestrich enthalten.
- Verisign, die Vergabestelle für .com gibt an, dass 73 Prozent ihrer täglichen .com-Registrierungen keine Bindestriche oder Zahlen enthalten.
- Laut [datagenetics haben 11,8 Prozent aller .com-Domains einen Bindestrich](#) in der Domain.
- In England (.uk) enthalten laut dem Nominet Domain Name Industry Report **16,3 Prozent aller Domains einen Bindestrich**.
- Der Anbieter Smart Branding gibt an, dass **2,8 % von 1.000 AI-Unternehmen einen Bindestrich** verwenden.

Überlegen Sie bei diesen zwei Fragen, ob Sie beide Domain-Varianten brauchen:

1. Stört es Sie, wenn ein Konkurrent oder ein Namensvetter mit schlechtem Ruf die Domain ohne Bindestrich nutzt?
2. Akzeptieren Sie mehr Kommunikationsaufwand und das Verwirrungsrisiko für Nutzer? Zum Beispiel, wenn Sie am Telefon oder in Gesprächen die richtige Domain erklären müssen.

In den meisten Fällen überwiegen die Nachteile der unterlassenen Registrierung im Vergleich zu den Registrierungskosten. Unternehmen, die sich an deutsche Kunden richten, raten wir deshalb:

Eine zusammengesetzte .de Domain oder .com Domain sollte einen Bindestrich enthalten; sie liest sich so leichter. Registrieren Sie zusätzlich die Version ohne Bindestriche und leiten Sie diese auf die Version mit Bindestrich weiter. Zielt Ihre Domain vor allem auf Nutzer in den USA, dann wählen Sie die Version ohne Bindestriche als Hauptdomain. Leiten Sie in diesem Fall die Version mit Bindestrichen auf die Hauptdomain weiter.

Verwenden Sie für Weiterleitungen ein »[301-Redirect](#)«. So [richten Sie eine Weiterleitung ein](#). Was für Bindestriche gilt, gilt auch für Umlaute: Es lohnt sich, beide Domains zu registrieren, doch nutzen Sie die Domain ohne Umlaute. Sie führt zu weniger Problemen mit E-Mails. Die Domain mit Umlauten sollte auf die Domain ohne Umlaute weiterleiten.

Prominente Verwechslungen zu Bindestrichen und Umlauten

rtl-info.be: Falschmeldung über Atomexplosion

Eine belgische Nachrichtenseite meldete im Design des belgischen Senders RTL Info, im Atomkraftwerk Tihange habe es eine »atomare Explosion« gegeben. Die Falschmeldung wurde unter der Domain rtl-info.be veröffentlicht. Die echte Domain von RTL ist rtlinfo.be, also ohne Bindestrich. Eine Reihe von Menschen glaubte die Falschmeldung und rief die Notrufnummer 112 an. RTL sah sich zu einer Klarstellung gezwungen.

Wahlkampfsllogan: Söder macht's

Die SPD schnappte dem Spitzenkandidaten der CSU den Wahlkampfsllogan »Söder macht's« weg und registrierte gleich vier Domains:

1. soeder-machts.de,
2. soedermachts.de,
3. söder-machts.de und
4. södermachts.de

und leitete alles auf die Domain soeder-machts.de weiter. Die SPD registrierte alle sinnvollen Varianten, also mit/ohne Bindestrich und mit/ohne Umlaut.

Die Reaktion der CSU – auf den Hashtag #derechtesoedermachts und die Domain derechtesoedermachts.de auszuweichen – verlief ernüchternd. Obwohl alle vier wichtigen Domains (derechtesoedermachts.de, der-echte-soeder-machts.de, derechtesödermachts.de und der-echte-söder-machts.de) registriert wurden, unterschätze die CSU die Arbeitsweise des menschlichen Gehirns Muster zu suchen und zu ergänzen. So lasen viele User nicht »der echte Söder macht's« sondern »der **rechte** Söder macht's«. Hier finden Sie die ganze Geschichte: [Wie die CSU verzweifelt versucht, den PR-Streich der SPD auszubügeln.](#)

Bindestriche aus der SEO-Perspektive

Aus der **Google-SEO-Perspektive** haben Bindestriche in der Domain keine nennenswerte Auswirkungen.

[John Mueller auf Mastodon](#)

John Mueller antwortet auf die Frage: »In the domain name, is the use of dash (–) recommended or not?«.

– *It's fine*

– *Pick a domain name for your brand for the long run, don't*

just collect keywords (the common reason for dashes). Build out a domain.

[...]

– Your domain name is never going to make or break your SEO.

Nach seiner Auffassung haben Bindestriche keine Relevanz für das Ranking.

[Search of the Record. Episode 62](#)

Martin Splitt: But would you rather click on passport-photos.com or passportphotos.com?

Gary Illyes: Anything that's in the URL can be technically manipulated by the site owner. So we probably don't want to put that much weight on that kind of input. Which means that in ranking, it might not help as much as people think it does. [...] So basically, whether you put a dash there or not, from a Google or Steve perspective, not or, and perspective, it shouldn't matter. [...] But then if you go down the UX perspective, then having the domain name with a dash is probably more readable.

Fazit aus der SEO-Perspektive

Die Frage, ob man einen Bindestrich in der Domain verwenden sollte, wird und sollte nicht von der SEO-Strategie geprägt sein. Ein Bindestrich ist kein SEO-Relevanzkriterium. Auch Illyes hebt die bessere Lesbarkeit hervor, obwohl in den USA in Domain selten Bindestriche verwendet werden.

stefan-kerth.de

Die Ostsee-Zeitung berichtete über den Wahlkampf in Vorpommern-Rügen. Danach registrierte ein Mitglied der CDU Vorpommern-Rügen zwei Domains, die dem Namen des SPD-Kandidaten Stefan Kerth entsprachen: stefan-kerth.de mit und ohne Bindestrich. Der Registrant machte die Rückgabe der

Domains an die SPD von einer Spende an die Stralsunder Kitas abhängig.

Kopftücher unter hc-strache.at

Heinz-Christian Strache war der österreichische Bundesminister für öffentlichen Dienst und Sport und Parteivorsitzender der rechtspopulistischen Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und forderte ein Kopftuchverbot für öffentliche Bildungseinrichtungen. Unter der Domain hc-strache.at wurde daraufhin ein [Webshop für Kopftücher](#) angekündigt. Die Erlöse sollten Flüchtlingen zu Gute kommen. Der Streit [eskalierte](#) mit einem Antrag auf eine einstweilige Verfügung und Unterlassung durch Herrn Strache. Die Domainvariante ohne Bindestrich leitete damals auf die URL der FPÖ.

afd-ostfriesland.de: Refugees welcome * Bring your families

Der Herausgeber einer philosophischen Zeitung registrierte die Domain www.afd-ostfriesland.de und platzierte einen AfD-inkompatiblen Text prominent auf der Website: »Refugees welcome * Bring your families«. Die Domain wurde inzwischen auf die AfD übertragen. Die Domain ohne Bindestrich (www.afdostfriesland.de) ist frei.

Die 10 größten Fehler bei der Domain-Wahl

Die perfekte Domain ist vor allem eins: Vor dem geistigen Auge klar erkennbar, aber nach der Verfügbarkeitsprüfung vergeben. Auf dem Weg **die richtige Domain zu finden**, kommt der Suchende

des Öfteren vom richtigen Weg ab und verrennt sich in abstrusen Domain-Kreationen. Sind die Fehler einmal gemacht, lassen sie sich später nur schwer korrigieren und sind mit hohen Kosten verbunden. Die nachfolgenden Tipps hilft Ihnen die Frage zu beantworten: **Wie finde ich die richtige Domain?**

Inhalte

- [1. Zu lang, zu raffiniert oder erklärungsbedürftig](#)
- [2. Domain nicht merkbar](#)
- [3. Bindestrich in der Domain falsch eingesetzt oder nicht registriert](#)
- [4. Zahlen, Umlaute und Sonderzeichen in der Domain verwendet](#)
- [5. Falsche Keywords eingesetzt](#)
- [6. Falsche Domain-Endung gewählt](#)
- [7. Schlechte Ankaufstrategie](#)
- [8. Missverständliche Domains](#)
- [9. Verwendung von Marken](#)
- [10. Domain-Namen nicht getestet](#)
- [Welche Domain wählen?](#)
- [Welche Top-Level-Domain wählen?](#)
- [FAQ – Häufig gestellte Fragen zum Thema Domain-Wahl](#)
 - [Was ist ein guter Domainname?](#)
 - [Was ist das Wichtigste bei der Wahl des Domainnamens?](#)

1. Zu lang, zu raffiniert oder erklärungsbedürftig

KISS ist eine universelle Empfehlung und lässt sich gut auf Domains anwenden. Sie steht für „keep it short and simple“ oder „keep it simple, stupid“. Für eine Domain folgt daraus: **Kurze Domains sind besser.** Sie sind besser merkbar und weniger

anfällig für Vertipper. Das spart Geld beim Marketing und sorgt für weniger Trafficverluste.

Eine Domain sollte nicht erklärungsbedürftig sein. Im Idealfall muss sie nicht buchstabiert werden und weicht nicht von der Erwartung des Adressaten ab.

2clevr2f1nd4u.com: **Cleverness bei der Domain Wahl ist eine Sackgasse.** Eine Domain lässt im Idealfall nur eine Schreibweise zu. **Je kürzer, älter und etablierter das Wort ist, desto weniger Missverständnisse gibt es** und umso besser finden User die Seite. Weicht eine Domain von der etablierten Schreibweise ab, kann das zu Problemen führen. Der Bilderdienst flickr.com musste später die [Domain kaufen](#), die richtig geschrieben ist – flicker.com (mit e). Gibt es mehrere zulässige Schreibweisen, vervielfachen Sie die möglichen Domains und verwirren den User. Die Domain www.2fast4you.net lässt mehrere Schreibweisen zu:

2: 2, to, too, two

fast: fast

4: 4, four, for, fore

you: you, U

2. Domain nicht merkbar

Eine Domain sollte merkbar sein. Die Domain rzqt.de ist zwar kurz, aber schwer merkbar. **Begriffe, die einen Sinn ergeben, sind grundsätzlich besser merkbar.** Werden Wörter aus Fremdsprachen verwendet, leidet häufig die Merkbarkeit. Im Idealfall können Sie jemandem die Domain nennen, ohne sie zu erklären, und der Adressat erinnert sich auch noch nach einer Woche daran. Bei auto.de ist das der Fall – bei Kraftfahrzeuge-vom-Hinterhof-239.de nicht.

Der Streit, ob ein Fantasienamen einen generischen Begriff schlägt, kann hier nicht entschieden werden. Ohne Marketing-Budget ist ein Fantasienamen jedoch schlechter gestellt. Die

höhere Unterscheidungskraft, Schutzfähigkeit und damit die Abgrenzung von anderen Marken erfordert ein gutes Marketing und ein passendes Marketingbudget. Der Fantasiename Google ist heute jedem bekannt. 1999 hätten Sie womöglich nach Gugel.com gesucht und an Topfkuchen gedacht.

3. Bindestrich in der Domain falsch eingesetzt oder nicht registriert

Unter der Endung .de verfügen über 50% der registrierten Domains über einen Bindestrich. In den USA dagegen nur 5% der .com-Domains. Ist es **in Deutschland vorteilhaft einen Bindestrich zu verwenden**, verbietet es sich in den USA eine Bindestrich-Domain zu verwenden.

Inhaber einer Bindestrich-Domain sollten dennoch die Variante ohne Bindestrich registrieren. Gleiches gilt für Inhaber einer Domain ohne Bindestrich. Die weniger populäre Variante kann den Traffic auf die Haupt-Domain weiterleiten.

4. Zahlen, Umlaute und Sonderzeichen in der Domain verwendet

Zahlen sind schwer merkbar, wenn der Kontext nicht stimmt. Während das Zahlenhängsel 24 noch weitgehend verständlich ist und als Domainweiterung universell eingesetzt wird, ist die Zahl 42 vorrangig unter Sci-Fi-Fans und Programmierern bekannt. Architekten, Designer und die Natur lieben die Zahl 1.61803. Andere weben Zahlen als Buchstabenersatz in Worte ein und schaffen das Konstrukt h4ck3r (Hacker). Auch die im Englischen weit verbreitete Verwendung der Zahl 4 für **for** oder 2 für **to** führt zu weniger merkbaren Domains, weil unklar bleibt, ob der Begriff in Zahlen oder Buchstaben geschrieben werden muss.

Technisch stellen Zahlen in der Domain kein Problem dar. **Umlauten und Sonderzeichen können hingegen Probleme verursachen.** Hierbei handelt es sich um IDN-Domains, die Probleme in E-Mail-Programmen und Browsern verursachen. Solange die Probleme nicht gelöst sind, raten wir von einer gewerblichen Nutzung ab.

5. Falsche Keywords eingesetzt

Wenn Sie auf Keywords setzen, sollten Sie anhand von **Keywords mit einem hohen Traffic die richtige Domain wählen.** Synonyme, die nicht gesucht werden, führen im schlimmsten Fall dazu, dass der Inhaber der Domain mit dem populären Keyword ihren Traffic verwertet. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Sie durch richtig gewählte Synonyme zusätzlichen Traffic einsammeln können, den Sie auf Ihre Hauptdomain weiterleiten können.

Besser „fahrrad-kaufen.de“ als „drahtesel-erwerben.de“.
Besser „handy-reparieren.de“ als „mobiltelefon-instandsetzen.de“.

6. Falsche Domain-Endung gewählt

Die Versuchung auf eine andere Endung auszuweichen ist groß, wenn .de und .com bereits belegt sind. Lesen Sie hierzu den Artikel »[Die richtige Domain-Endung wählen](#)«. Für fast alle User sind **.de oder .com die sinnvollsten Domain-Endungen.**

7. Schlechte Ankaufstrategie

Wer billig kauft, kauft teuer – jedenfalls dann, wenn Sie mit Ihrer Domain Großes planen. Steht die Wunschdomain zum Verkauf, **versuchen Sie ruhig einen Ankauf.** Geben Sie ein substantielles Gebot ab und stellen Sie klar, dass Sie nicht einen Cent mehr bezahlen. Domain-Händlern fällt es schwerer ein Angebot über 1000-2000 € auszuschlagen, als ein Angebot

über 150 € mit einem Gegenangebot über 10.000 € zurückzuweisen. Für private und weniger wichtige Projekte können Sie auf verfügbare Domains zurückgreifen. Beispielsweise auf eine neue [Top Level Domain](#).

8. Missverständliche Domains

Domains können Missverständnisse verursachen – innerhalb der eigenen Sprache, aber auch in anderen Sprachen. Wenn Sie auf Bindestriche verzichten müssen, besteht die Gefahr missverstanden zu werden: penisland.com vs. pen-island.de. Bei mangelnder Fremdsprachenkenntnis schleichen sich schnell Fehler ein: So wurden die Cornflakes ohne Konservierungsstoffe einer englischen Werbeagentur in Frankreich zu „corn flakes sans préservatifs“ (Kornflakes ohne Kondome). **Für Deutsche ist es hilfreich, sich die Liste der so genannten False Friends anzusehen.** Diese Worte hören sich deutsch an, haben im Englischen aber eine völlig andere Bedeutung. Der Klassiker ist Handy.

9. Verwendung von Marken

Unterlassen Sie die Verwendung von Marken in Domains, wenn Sie sich nicht damit auskennen und Ärger vermeiden wollen. Markeninhaber tolerieren nicht, dass Sie das Image einer teuer aufgebauten Marke monetarisieren. Rechtsstreitigkeiten werden schnell sehr teuer. Im Zweifel können Sie sich beraten lassen.

Es ist grundsätzlich besser, eine Distanz zu anderen Angeboten zu wahren – nicht nur aus juristischen Gründen. Ähnelt Ihre Domain einer Konkurrenz-Domain, riskieren Sie Ihre Kunden zu verlieren, weil Sie sich nicht klar abgrenzen können.

10. Domain-Namen nicht getestet

Schicken Sie Ihre Wunsch-Domain als Sprachnachricht über eine Messenger-App an einen Bekannten. Sagen Sie den Domain-Namen

nur einmal ohne ihn zu buchstabieren. Schickt der Empfänger die richtige geschriebene Domain zurück, haben Sie eine gute Domain gewählt.

Welche Domain wählen?

Welche Second-Level-Domain Sie wählen, ist von sehr individuellen Anforderungen geprägt. Wenn Sie die oben genannten Fehler vermeiden sind Sie auf dem Weg zu einer sehr guten Domain.

Welche Top-Level-Domain wählen?

Die Wahl der Top-Level-Domain hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie z. B. dem Zweck deiner Website, der Zielgruppe und dem verfügbaren Budget. **Die am häufigsten verwendete Domain-Endung ist [.com](#)** Sie sie läßt sich universell und international einsetzen.

Für Unternehmen, die auf eine bestimmte Region oder Sprache ausgerichtet sind, sind **länderspezifische Endung wie [.de](#) für Deutschland oder [.at](#) für Österreich unter Umständen besser geeignet**. Für eine Non-Profit-Organisation bietet sich [.org](#) an. Domain-Endungen wie [.club](#), [.blog](#), [.shop](#) adressieren bestimmte Branchen oder Interessen optimal. Letztendlich sollten Sie **eine Domain-Endung wählen, die zu Unternehmen und der Zielgruppe passt und leicht zu merken ist**.

FAQ – Häufig gestellte Fragen zum Thema Domain-Wahl

Was ist ein guter Domainname?

Ein guter Domainname ist kurz, prägnant, leicht merkbar, leicht zu schreiben und leicht zu buchstabieren. Er kann beschreibend sein und das Thema der Website aufgreifen. Er

sollte keine Zahlen oder Bindestriche enthalten, um Verwechslungen zu vermeiden. Im Idealfall unterscheidet er sich ausreichend von anderen Domainnamen, um Verwechslungen zu vermeiden. Domains für Unternehmen sollten entweder mit der Unternehmensbezeichnung oder der Marke des Unternehmens übereinstimmen.

Was ist das Wichtigste bei der Wahl des Domainnamens?

Das Wichtigste bei der Wahl eines Domainnamens ist: 1. Kürze, 2. Merkbarkeit, 3. Geringe Fehleranfälligkeit beim Schreiben und Buchstabieren, 4. Keine Zahlen, 5. Keine Umlaute. Und natürlich die Verfügbarkeit unter der richtigen Top-Level-Domain.