

MIJNBEDRIJF

Merksnaam als webextensie geen voordeel kleine bedrijven

door door Theo Besteman

AMSTERDAM - Consumenten en kleinere bedrijven schieten weinig op met de zee aan nieuwe webextensies, waarbij bedrijven en instellingen het oude .com of .nl kunnen toevoegen met eigen merksnaam. Dat zeggen marketingdeskundigen. „Vanwege de kosten wordt dit vooral iets voor de grote merken.”



De huidige beheerder Ican van toevoegingen als .nl en .com laat alle toevoegingen toe. Daarvoor betalen ondernemingen en particulieren 130.000. Ican laat adviseurs uitzoeken wie bijvoorbeeld de extensie Ajax mag claimen: de huidige bezitter, het schoonmaakmiddel, de brandblusproducent of de voetbalclub.

Nu zijn er 250 extensies die verwijzen naar namen van landen en 22 die verwijzen naar het soort van organisatie dat achter de website zit, zoals .com, .org of .info. Ican verwacht tussen 300 en 1000 nieuwe vormen. Er zouden 300.000 bedrijven interesse hebben in de eigen merksnaam als toevoeging. Canon, Deloitte en Hitachi zouden snel beginnen. „We onderzoeken deze optie”, zegt de Deloitte-woordvoerder.

Goede business

Grotere bedrijven zullen volgens experts instappen om hun merk op het web te beschermen. „Dit kan goede business voor de merkenbureaus worden”, zegt Arlette Molenaar, directeur van merkenbureau Zacco. „Merken als Apple zullen instappen om die naamsbekendheid te vergroten. Maar voor kleintjes is het een kostenpost. Behalve de 130.000 moet je geld uitgeven om sites bij te houden.”

Merken moet je onderhouden, zegt ook Daniël Kuijk van internetmarketingbedrijf Xicero. „De toevoeging van een merksnaam geeft zeker extra vertrouwen. Maar je trekt zo ook de boefjes aan.”

Sceptisch

De grote marketingbedrijven zijn vooral sceptisch aan wie Ican de webtoevoeging zoals 'cars' gaat toebedelen. „Aan Volkswagen? Een taai beslissing, want zo zou Ican de concurrent General Motors de pas afsnijden”, zegt Kuijk.

De consument raakt zeker in het begin verward, denken experts. Als maar een deel van de merken een eigen toevoeging heeft en de rest niet, verwacht dat kopers.

Kans

Volgens eerste peilingen gisteren ziet zo'n 48% van de bedrijven de 'grootste verandering in 26 jaar op internet' als de kans om zijn merk breder bekend te maken én te beschermen. Cyberkrakers claimen jaarlijks miljoenen adressen, die jaarlijks voor \$746 miljoen worden teruggekocht.

De regel gaat eind 2012 in. Daarmee, aldus critici, heeft de dominantie die .com heeft alle tijd om zich te versterken. Het gaat om groot geld. De wereldwijde online advertentiemarkt telt \$36,7 miljard.

Oubollig

Arlette Molenaar van Zacco vindt de ingreep wat oubollig. „Wie zoekt er op het web nog met zulke extensies naar merken? Dat doe je toch direct via Google, direct via je apps en vooral sociale media als Facebook. Dit lijkt een beetje mosterd na de maaltijd.”