

Sprawdzamy ile prawdy kryje się w opiniach na temat domen, które można przeczytać w sieci. Wyjaśniamy co wspólnego ma adres internetowy z obiadem oraz czy za dobrą domenę trzeba zapłacić krocie.

Mit 1: Domeny nie są dla dzieci

Często na forach dyskusyjnych pojawia się pytanie czy domeny internetowe mogą rejestrować wyłącznie osoby pełnoletnie. Mamy dobrą wiadomość dla tych, którzy dopiero czekają na odbiór dowodu osobistego. Do zarejestrowania własnego adresu nie jest wymagane ukończenie osiemnastu lat.

Nie trzeba również prowadzić działalności gospodarczej, choć niektórzy rejestratorzy kierują swoje promocje wyłącznie do firm lub wymagają potwierdzenia tożsamości poprzez przesłanie kopii dowodu osobistego. Domenę internetową może rejestrować nawet dziecko, dlatego będąc rodzicem warto mieć oko na swoją kartę kredytową.

Mit 2: Słowa kluczowe to klucz do sukcesu

Czyli słowa kluczowe zawarte w nazwie domeny wpływają na wysoką pozycję strony w wynikach wyszukiwania. W tym miecie jest ziarno prawdy, ale jak większość ziaren, jest ono niewielkie.

„Algorytm wyszukiwarki Google bierze pod uwagę wiele czynników – mówi Anna Sikorska, SEO Director w AdSeo – Konkurencyjność fraz, linki, które prowadzą do strony, unikalną treść, optymalizację kodu oraz zawartości strony. Swoje znaczenie ma nawet historia domeny oraz szybkość, z jaką ładuje się witryna. Słowa kluczowe zawarte w nazwie domeny mają znikomy wpływ na pozycję i mogą pomóc tylko w przypadku bardzo niszowych fraz. W pozostałych przypadkach naszpikowanie domeny keywordami może mieć tylko jeden skutek – utrudni internautom wpisanie i zapamiętanie adresu.”

Mit 3: Domena jest moja i tylko moja!

Nie do końca. W chwili zarejestrowania konkretnej nazwy stajemy się abonentem domeny. Oznacza to, że mamy prawo do użytkowania jej przez cały okres abonamentowy. Najczęściej jest to okres jednego roku.

Zła wiadomość dla abonentów jest taka, że sam adres internetowy nie jest przedmiotem praw osobowych. Domena nie podlega ochronie prawnej, tak jak inne formy własności, ale może być chroniona prawem własności przemysłowej, jeżeli zostanie zarejestrowana jako znak towarowy. Dzięki temu istnieje możliwość odzyskania adresu, który zawiera nazwę firmy lub produktu i jest wykorzystywany w złej wierze.

Jest również dobra wiadomość. Pomimo iż abonent domeny nie jest jej właścicielem, może nią zarządzać podobnie jakby była jego własnością. Może ją sprzedać innej osobie lub wydzierżawić. Na tej zasadzie funkcjonuje wtórny rynek domen internetowych.

Mit 4: Mam prawo do domeny ze swoim nazwiskiem

Niestety, Jan Kowalski ma takie samo prawo do domeny kowalski.pl jak ponad 130 tys. osób o tym samym nazwisku. Podobnie jest z adresami składającymi się z imienia i nazwiska. Imię i nazwisko nie identyfikują jednoznacznie konkretnej osoby. Dlatego nasz przykładowy Kowalski ma niewielkie szanse przed sądem na odzyskanie praw do domeny jankowalski.pl.

Wyjątkiem jest sytuacja, gdy pod adresem jankowalski.pl pojawią się treści oczerniające konkretną osobę o tych personaliach. Podobnie jak inne dobra osobiste, wymienione w art. 23 i 24 Kodeksu cywilnego, nazwisko jest chronione przez prawo. Dzięki temu osoby, które poczuły się urażone zawartością strony działającej pod domeną z ich nazwiskiem mogą domagać się prawnej ochrony swojego dobrego imienia.

Mit 5: Polska (domena) dla Polaków

Czyli domeny narodowe mogą rejestrować tylko obywatele danego kraju. W przypadku większości rozszerzeń jest to

nieprawda. Można się o tym przekonać przeglądając oferty firm rejestrujących domeny. Znajdziemy wśród nich końcówkę .tv, przypisaną do Tuvalu. To wyspiarskie państwo w dużej mierze żyje właśnie z tego, że pozwala obcokrajowcom rejestrować swoje domeny, kojarzone z telewizją.

Istnieją jednak rejestry, które ograniczają dostęp do swoich domen. Jednym z nich jest amerykańskie rozszerzenie .us. Adres z tą końcówką może zarejestrować tylko osoba mieszkająca w USA lub firma zarejestrowana w Stanach Zjednoczonych. Najwyższe wymagania stawia CNNIC, zarządzający chińską końcówką. Obcokrajowiec, chcący wykupić adres w domenie .cn, musi zmierzyć się z biurokratyczną drabiną i dostarczyć stos dokumentów, potwierdzających jego tożsamość.

Mit 6: Domena nieopłacona to domena stracona

Wielu zapominalskich oddycha z ulgą gdy okazuje się, że również to stwierdzenie jest mitem. „Od chwili zakończenia okresu abonamentowego domena jest blokowana przez dwa tygodnie – mówi Katarzyna Gruszecka-Kara, Hosting & Domains Director w 2BE.PL - W tym czasie nie działa strona internetowa, do której prowadzi, ale abonent może ją odzyskać. W większości przypadków wystarczy skontaktować się z biurem obsługi klienta i opłacić zaległą fakturę. Zwykle po dwóch dniach roboczych domena zostaje odblokowana, a strona internetowa znów działa normalnie”.

Większość rejestratorów wysyła fakturę pro forma z dużym wyprzedzeniem i kilkakrotnie przypomina o zbliżającym się terminie wygaśnięcia domeny. Aby uniknąć niepotrzebnych przerw w działaniu strony wystarczy regularnie zaglądać do skrzynki odbiorczej

Mit 7: Najdroższe domeny są warte majątek

To prawda, jest jednak małe „ale”. W mediach można usłyszeć, że domena została sprzedana za imponującą sumę. Zanim zaczniemy przeliczać co można kupić za równowartość „kilku literek”, warto zwrócić uwagę na rzeczywisty przedmiot sprzedaży. Zdarza się, że media piszą się o rekordowej sprzedaży domeny, nie wspominając o tym, że przedmiotem transakcji był cały serwis, który pod nią działa.

Przykładów nie trzeba szukać daleko. Na początku roku w serwisach informacyjnych mogliśmy przeczytać nieco mylące nagłówki, szokujące kwotą 13,2 mln zł, jaką miał zapłacić nowy właściciel za domeny opony.pl i ogumienie.com. W rzeczywistości przedmiotem transakcji są udziały w spółce Favonia, do której należały obydwa adresy internetowe. Inwestorzy domenowi wyceniają wartość samej domeny opony.pl na „zaledwie” milion złotych.

Mit 8: Po co płacić za domeny?

„Nie istnieje coś takiego jak darmowe obiady” – mawiał noblista Milton Friedman. Podobnie jest z domenami. W sieci można zobaczyć bannery kuszące ceną rejestracji równą 0 zł. Rzeczą, o której reklamy nie wspominają jest konieczność przedłużenia domen zarejestrowanych w promocji. Kwota odnowienia u dużych rejestratorów waha się w granicach 100 zł netto.

Rejestracja każdej domeny to koszt, jaki ponosi rejestrator. W przypadku domen .pl jest to 9,90 zł netto, jakie trafiają do głównego rejestru czyli NASK. Oferując domeny za darmo lub za symboliczną złotówkę, firma dopłaca do każdego zarejestrowanego adresu. Koszty zwracają się gdy klient płaci za przedłużenie adresu. Krótko mówiąc, za darmowy obiad trzeba będzie zapłacić po roku.

Mit 9: Wszystkie dobre nazwy są zajęte

To stwierdzenie jest prawdą w przypadku większości tzw. domen generycznych. Są to adresy zawierające popularne rzeczowniki, często określające jakąś kategorię (np. samochody.pl, doradcapodatkowy.pl). Domeny generyczne osiągają wysokie ceny na rynku wtórnym i są łakomym kąskiem dla inwestorów domenowych. Dlatego znalezienie nawet niszowej, specjalistycznej nazwy może okazać się trudne.

Mitem jest stwierdzenie, że zarejestrowanie ciekawej domeny jest niemożliwe. W sieci znajdziemy przykłady stron, które z powodzeniem działają pod oryginalnymi, często wymyślnymi nazwami. Wiele z nich odnosi sukces, pomimo

iż nie dysponują domenami generycznymi, właściwymi dla ich działalności. Przykłady wrzuta.pl i nocoty.pl pokazują, że zabawa słowem może przynieść ciekawe rezultaty.

Mit 10: Inwestorzy domenowi to wyłudzacze

To przekonanie podziela wiele osób, które odkrywają, że ich wymarzona domena została zarejestrowana i wystawiona na sprzedaż za kilkaset lub kilka tysięcy złotych. Dla wszystkich, którzy choć raz spotkali się z podobną sytuacją mamy złą wiadomość. Inwestorzy domenowi, którzy zajmują się handlem domenami na rynku wtórnym mają do tego pełne prawo (patrz mit 3).

Przepisy umożliwiają zarejestrowanie dowolnej nazwy domeny, bez względu na to czy mamy cokolwiek wspólnego z daną branżą czy nie. Dlatego każdy księgowy może zarejestrować adres związany z basenami ogrodowymi, sukniami ślubnymi czy spawarkami. Wyjątkiem jest sytuacja, gdy nazwa domeny zawiera zastrzeżony znak towarowy. Rejestrowanie adresów naruszających znak handlowy jest nazywane cybersquattingiem i może skończyć się odebraniem domeny przez sąd arbitrażowy.

Autorem tekstu jest Maciek Kurek, PR Specialist w [2BE.PL](https://2be.pl), Grupa Adweb