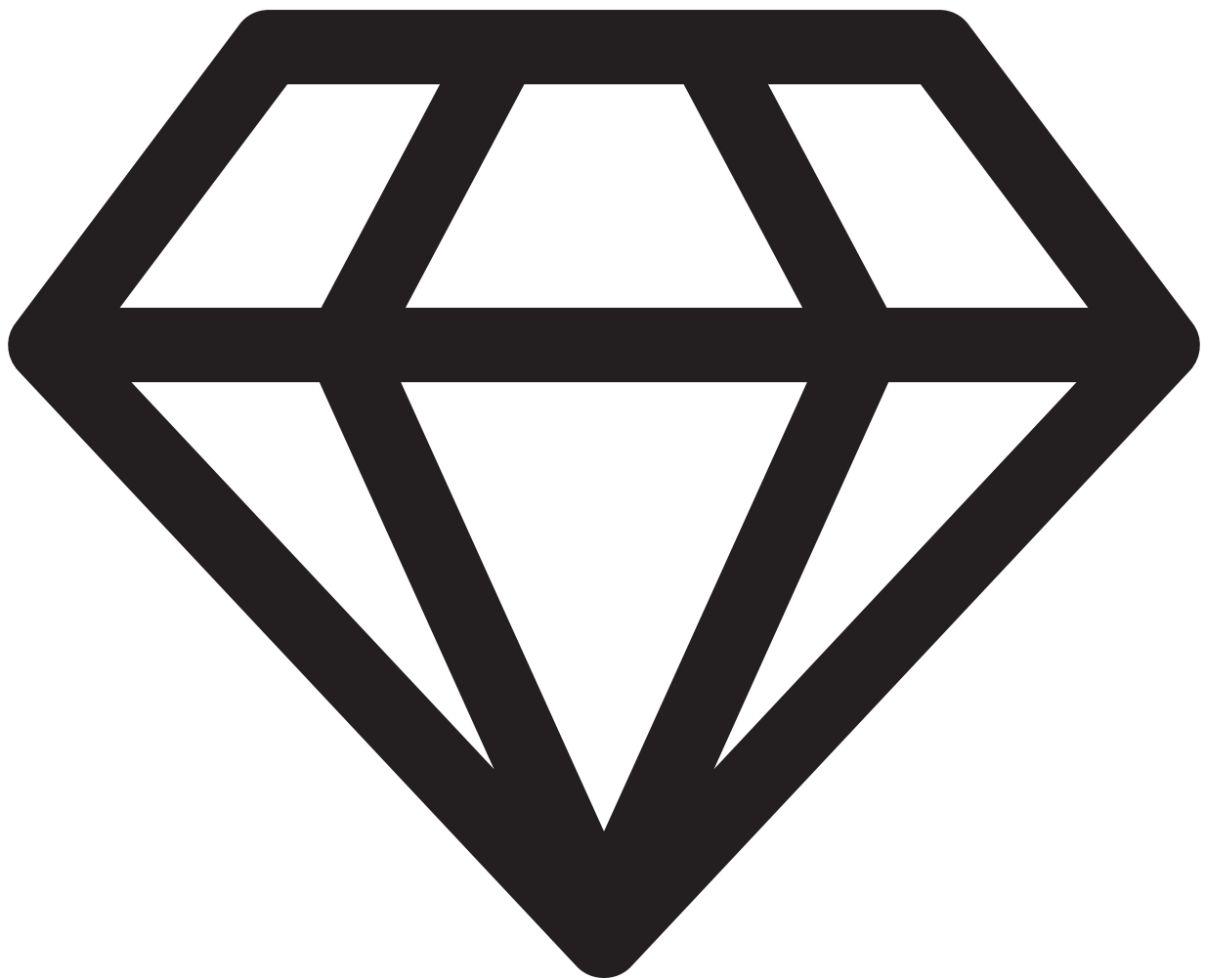


Internetguide #24

Domännamn



Allt du vill veta om din adress på nätet



Fredrik Wass och Daniel Åberg

I den här guiden lär du dig...

- Vad ett domännamn är och hur det fungerar
- Hur företagare och privatpersoner använder sina domännamn
- Domännamn kontra varumärken
- Hur du registrerar ett domännamn
- Domännamn i resten av världen
- Vilka domänrymdens aktörer är

Innehåll

Förord	4
1. Vad är ett domännamn?	5
Nätets navigationssystem	6
En ensam svensk var först	7
Det här är IIS	7
2. Så används domännamn	8
Din egen identitet på nätet	9
Webbens ekosystem	10
Möjligheterna med e-post	10
Att mappa en domän	11
Subdomäner – en del av webbhierarkin	12
3. Adressen som funkar på flera språk	13
Adressen som funkar på flera språk	14
4. Domännamn i vardagen	16
Skydda din domän	18
5. Svenskarnas domänvanor	19
Case 1. Debattören och journalisten Elin Grelsson Almestad	20
Case 2. Reklammannen Andreas Morne	21
Case 3. Christines Sjalar	22
Case 4. Bloggar om vardagen	24
Case 5. Familjen Sellström	26
6. Så registrerar du ditt domännamn	29
Flera adresser	31
Annorlunda tecken	32
Tänk på det här när du registrerar domännamn	32
Sju outhärliga tips	33
7. Världen utanför Sverige	35
ICANN koordinerar	36
Nya toppdomäner	36
Standardiserade toppdomäner	38

8. Domännamn kontra varumärken	39
Begreppet varumärke	41
Vem äger ett domännamn?	41
Vem har rätt till ett domännamn?	42
Så gör du vid en tvist	43
Tre tvister med olika utfall	44
Tvister utanför landet	45
9. Så mycket är ett domännamn värt	46
Domäner i andra hand	47
Bluffmakare och fakturaskojare	48
10. Politiken kring domännamn	50
Domännamnet som politiskt instrument	52
11. Framtiden för domännamnet	54
Det sociala sökandet	56
12. Domänrymdens aktörer	57
Mer info och kontakt	60

Förord

Hur och var vi hittar på nätet utgör två av de viktigaste delarna av nätets utveckling och lämnar vare sig politiker, näringsliv eller de allt oftare engagerade privatpersonerna oberörda. Domännamn är en global angelägenhet med mängder av intressenter på högsta politiska nivå. Samtidigt är domännamnen något vi tar för givet och som är integrerat i vår vardag.

Den här guiden försöker förklara hur domännamn och dess system fungerar samt hur man rent praktiskt ska förhålla sig till samt hantera domännamn. Genom att lyfta fram förklaringar och exempel guidas läsaren till en övergripande, men inte ytlig, förståelse för domännamnet som begrepp och dess användning.

I guiden blickas även framåt – hur ser framtiden ut för domännamnen i en tid när instängda plattformar som Facebook tar allt större del av vår tid på nätet? Om det är något vi lärt oss när det gäller internetutvecklingen är det just svårigheten att förutse den, och det blir inte lättare med tiden. Men kvalificerade gissningar kan ändå ge en förning om vad som komma skall.

Med hopp om intressant läsning,
Fredrik Wass och **Daniel Åberg**, april 2016

1. Vad är ett domännamn?



1. Vad är ett domännamn?

Ett domännamn är en blandning av en adress och en identitet på nätet. Möjligheten att registrera och använda domännamn har förenklat utvecklingen av internet i världen och skapat förutsättningar för människor utan specifika tekniska kunskaper att använda nätet.

Enkelheten i domännamssystemet gör att du hamnar på just Aftonbladets webbservrar och kan läsa innehållet när du skriver in `aftonbladet.se` i din webbläsare. Samma sak gäller för e-posthantering. Du behöver inte kunna några krångliga sifferkoder för att få ditt e-brev att landa hos din kompis. Istället skriver du för det mesta bara `fornamn.efternamn@exempel.se` eller liknande. Det är just denna enkelhet som är en bidragande orsak till internetns fenomenala utveckling från ett akademiskt forskningsnät till världens största infrastruktur för kommunikation i alla dess former.

Idag finns det över 1,4 miljoner registrerade .se-domäner, och siffran ökar ständigt. De flesta stora och mellanstora bolag har idag både egna webbplatser och domännamn. Samtidigt ökar antalet privatpersoner och småföretag som registrerar ett eget domännamn. Det går nästan att säga att domännamnet har blivit som en identitetshandling på nätet, även om det än så länge är företag och organisationer som i första hand använder egna domännamn.

Förlagan till det vi idag kallar internet skapades redan på 1960-talet, tjugo år innan de första domännamnen såg dagens ljus. I början av 1980-talet kom internet till Sverige och 1983 hade nätet börjat expandera i en takt som gjorde det svårt att hålla reda på alla datorer, adresser och innehåll. För att få bukt på problemet skapade Jon Postel, Paul Mockapetris och Craig Partridge systemet som vi använder oss av än idag, Domain Name System (DNS). Det är DNS som gör att du hamnar på rätt ställe när du skriver in en webbadress eller en e-postadress i din webbläsare eller ditt e-postprogram.

Nätets navigationssystem

Man kan beskriva DNS som en katalog (och ett program) som översätter domännamn till ip-nummer. Den består av mängder av namnservrar som fungerar som internetns navigeringssystem. Även om du antagligen skulle kunna ta dig fram på nätet genom både sökmotorer och direktadresser i form av ip-nummer i stil med `91.226.36.46` skulle det internet och den webb vi använder idag se annorlunda ut om inte domännamnen fanns.

Domännamnssystemet kopplar samman domännamnet med den aktuella ip-adressen för just det namnet. Ett domännamn kan alltså pekas om till olika virtuella eller fysiska lagringsplatser på internet. Det är DNS som gör att domännamnen inte slutar fungera när information byter plats eller ägare. Vill du veta mer om hur DNS fungerar, läser du Internetguiden "DNS - internets vägvisare" som du kan ladda ned.

En ensam svensk var först

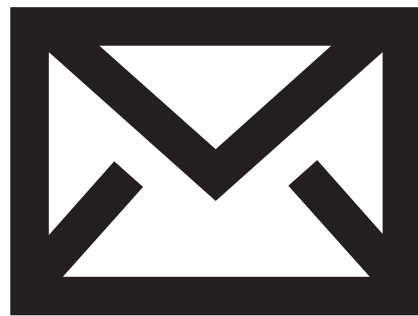
Universitetsdatanätet SUNET kopplade upp sig på nätet i slutet av 1980-talet. Då var det en enda person, Björn Eriksen, som administrerade .se-domänen. Det säger en del om småskaligheten i nätets begynnelse.

Men internetpenetrationen ökade snabbt i Sverige och i mitten av 1990-talet blev bördan för stor för en enda person att administrera alla domännamn. Efter att Björn Eriksen försökt hitta nya former för driften av .se-domänen i några år blev det till slut ISOC-SE (den svenska delen av Internet Society) som tog fram en ny organisationsstruktur för domännamnshanteringen. ISOC-SE bildade Stiftelsen för Internetinfrastruktur (numera IIS) 1997 i samråd med bland annat Björn Eriksen, Kungliga Tekniska Högskolan (KTH), Swedish Network User's Society (SNUS) och Informationstekniska standardiseringen (ITS). Genom lagen om nationella toppdomäner på internet som klubbades 2006 blev Post- och telestyrelsen (PTS) tillsynsansvarig myndighet för driften av den svenska toppdomänen.

Det här är IIS

IIS är det korta namnet för Internetstiftelsen i Sverige. Organisationen har två huvuduppdrag. Det ena är att ansvara för internets svenska toppdomän .se, med registrering, administration och teknisk drift av domännamsregistret, samt att sedan hösten 2013 sköta drift och administration för toppdomänen .nu. IIS andra uppgift att främja internetutvecklingen i Sverige i en positiv riktning. IIS ska även främja stabilitet i internets infrastruktur och stödja forskning och utbildning inom data- och telekommunikation. Varje år delar IIS ut stipendier och stöd till olika projekt som gynnar internetutvecklingen. Stiftelsen och dess projekt finansieras genom de registreringsavgifter som domännamnshanteringen genererar.

2. Så används domännamn



När du hör ordet domännamn tänker du antagligen på webbadresser för företag, organisationer, myndigheter eller privatpersoner. Samtidigt är domännamn en viktig del av e-postsystemet och andra viktiga kommunikationstjänster.

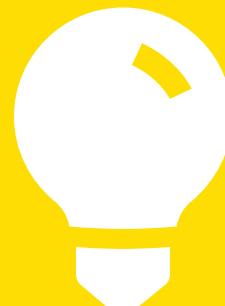
Många ser möjligheten att skapa en egen identitet och adress på nätet genom att registrera ett personligt domännamn som sedan kan användas för både e-post, webbplats och en blogg. Att kunna byta e-postleverantör eller webbhotell utan att behöva byta domännamn är också en stor fördel. Ett webbhotell är en tjänst på nätet som mot ersättning tillhandahåller plats, tillgänglighet och kundservice för de som inte själva vill koppla upp och sköta en egen serverdator. För större bolag och myndigheter är detta självklara saker, medan många privatpersoner och småföretag fortfarande upptäcker fördelarna med att inneha en egen adress på webben.

Din egen identitet på nätet

Många menar att personliga domännamn kommer att bli lika självklara som personnummer i framtiden. Oavsett hur framtiden ser ut upptäcker många fördelarna med att skapa en egen adress på nätet, av både privata och yrkesmässiga skäl. Det personliga domännamnet blir ett fönster mot omvärlden om det exempelvis handlar om att visa upp ditt CV för presumtiva arbetsgivare eller skriva en blogg. Om inte annat känns det mer personligt, alternativt professionellt, att kunna skicka e-post i stil med `fornamn.efternamn@egetnamn.se` än från den flora av olika e-postleverantörer som finns där ute. Det är heller inte ovanligt att registrera flera olika domännamn beroende på syftet: ett för den egna firman, ett för familjen, ett för bloggen, ytterligare ett som handlar om en hobby och så vidare.

Tips!

Läs mer om hur du registrerar ditt eget domännamn på sidan 29.



2. Så används domännamn

Användningsområdena och nyttan med att inneha ett domännamn må vara många, men att allt fler skaffar sig egna identiteter på nätet följer internets utveckling i stort. De tjänster och funktioner som först endast är överkomliga för storföretag och institutioner tenderar att med tiden bli både billiga och enkla att använda för den breda allmänheten.

Dessutom är det viktigt för många användare, organisationer och företag att äga och kontrollera sitt eget innehåll på internet. Med en egen identitet i form av ett domännamn är det tydligt vem som står bakom exempelvis en webbplats samtidigt som man i högre grad kan garantera webbplatsens tillgänglighet över längre tid. I företagsvärlden är det en självklarhet att kunna hitta den viktigaste kontaktinformationen på en egen webbplats under ett relevant domännamn, för att inte tala om e-post där du som kund nästan skulle bli misstänksam om du fick brev från en domänadress som inte gick att associera med det företag du vill kommunicera med.

Webbens ekosystem

Din egen domänadress och din egen sajt eller blogg spelar större roll på nätet än vad du kanske tror. Den är en del av webbens ekosystem. Webbtjänster som Facebook och andra sociala medier har blivit allt viktigare för både privat och professionell kommunikation. Samtidigt förändras de sociala mediernas villkor och möjligheter ständigt, vilket gör att de flesta ser den egna sajten, bloggen, och framförallt domänen, som huvudarenan för kontakt med omvärlden. Ett företags Facebook-sida kan skapas för att driva trafik till företagets egen sajt samtidigt som en privatperson kan tipsa om länkar eller inlägg till vännerna i det egna flödet. I båda fallen spelar domännamnet en viktig roll eftersom det är dit besökaren når när den klickar sig vidare.

Möjligheterna med e-post

En undersökning bland datoranvändare genomförd på uppdrag av IIS visar att e-post är vårt viktigaste kommunikationssätt i arbetet och det tredje viktigaste privat.

Vad har det med domännamn att göra undrar du kanske? Fler och fler upptäcker möjligheterna att använda ett eget domännamn för e-posthantering. Genom att själv äga den domän du skickar e-post ifrån har du större kontroll över e-posthanteringen samtidigt som din e-postadress både blir mer personlig och känns mer professionell.

Även om du använder olika webbmejl-tjänster som till exempel Googles Gmail finns möjligheten att ”mappa upp” din egen domän så att mottagaren av din e-post ser din adress som fornamn.efternamn@dinegendomän.se istället för fornamn.efternamn@gmail.com.

Du kan också använda en egen e-postserver vilket innebär att du får full kontroll på både lagring och hantering av din e-post samt möjligheten att administrera många olika e-postkonton genom en gemensam lösning, och under ditt eget domännamn. De flesta webbhotell och återförsäljare av domännamn erbjuder dessa möjligheter.

Att mappa en domän

Domänmappning handlar om att låta ett eget domännamn peka till en sajt eller en blogg som ursprungligen finns publicerad någon annanstans, ofta i någon form av blogg- eller publiceringsverktyg.

Att mappa en domän handlar inte om att göra en vidarebefordran till en annan sida eller att så kallat ”maskera” den ursprungliga domänen så att det ser ut som att det är din domän. Istället blir konsekvensen av en domänmappning att direktadressen till den sajt dit din domän pekar kommer att innehålla ditt domännamn.

Som exempel kan nämnas den populära bloggplattformen Wordpress. På www.wordpress.com kan vem som helst enkelt och gratis starta en blogg. Den kommer då att få en direktadress som slutar med ändelsen wordpress.com, i stil med exempel.wordpress.com. Låt oss säga att du använt verktyget en längre tid och kommer på att du hellre skulle vilja att adressen till bloggen eller sajten är ett helt eget domännamn. Du kan då först registrera ett domännamn och sedan mappa upp det mot din sajt på wordpress.com.

Resultatet blir att besökare som skriver in www.exempel.se inte kommer märka att din sajt är publicerad hos Wordpress.com. Tänk dock på att en domänmappning kan förändra till exempel e-posthantering, så ta gärna hjälp av ditt webbhotell eller den återförsäljare du registrerat ditt domännamn hos för att genomföra själva domänmappningen. Olika webbhotell, publicerings- och bloggverktyg har olika sätt att genomföra domänmappningar på, även om det i grunden är samma moment som ska utföras. Framförallt handlar det om att göra förändringar i domännamssystemet (DNS) så att ditt domännamn pekar till rätt ställe och rätt blogg eller sajt.

2. Så används domännamn

När du mappar upp en domän mot en ny adress kan även resultatet i sökmotorerna förändras. Om allt innehåll som tidigare låg på exempel.wordpress.com helt plötsligt hamnar på exempel.se kan sökmotorer i värsta fall utgå från att det är en helt ny sajt som skapats, och eventuell ranking och indexering i sökmotorerna riskerar att försvinna. Det finns olika sätt att säkerställa så att detta inte sker, därför bör du läsa in dig på området innan du genomför själva domänmappningen.

Subdomäner – en del av webbhierarkin

Domännamnssystemet (DNS) består av en trädstruktur eller hierarki där varje nod i trädet representeras av ett domännamn. En subdomän är en domän som är en del av en större domän. Det innebär att alla domäner också är subdomäner eftersom de ingår i en struktur med grenar både ovanför och under sig i trädet. Subdomäner kallas ibland även för underdomäner. Den enda domän som inte är en subdomän är rotdomänen, det vill säga toppen på DNS-hierarkin.

Som exempel är mail.exempel.se och search.exempel.se subdomäner till exempel.se. Samtidigt är exempel.se en subdomän till .se (som också är en toppdomän). Teoretiskt kan antalet subdomäner under en toppdomän sträcka sig till 127 nivåer, så länge det totala namnet på domänen inte överstiger 255 tecken, men i praktiken är det knappast vare sig möjligt eller ens önskvärt med den typen av domännamn.

Subdomäner används ofta av organisationer eller företag som vill koppla ett visst domännamn till en underavdelning eller gren av verksamheten. Det här ser du ganska ofta när du surfar in på olika sajter, men det är inte alltid man tänker på det.

Förlaget IDG publicerar en mängd olika tidningar inom IT- och teknikområdet. De använder domännamnet idg.se för deras huvudsajt och också för e-post. Men respektive tidning eller sajt har också en subdomän. Till exempel har tidningen Computer Sweden subdomänen computersweden.idg.se och tidningen Internetworld har internetworld.idg.se. Det här är ett relativt vanligt sätt att använda subdomäner.

3. Adressen som funkar på flera språk

**laten
gebeuren
.nu**

Adressen som funkar på flera språk

Toppdomänen .nu har sedan slutet av 1990-talet varit populär i Sverige. Domänen tillhör egentligen den lilla Stilla Havs-ön Niue, men driften av domänen sköts sedan några år från Sverige i IIS regi. Här fanns vid årsskiftet 2015–2016 närmare 300 000 registrerade .nu-domäner, att jämföra med cirka 1,4 miljoner .se-domäner. Precis som i fallet med .se så sker försäljningen av .nu-domäner inte direkt från IIS utan via återförsäljare, så kallade registrarer, som kan hittas via IIS webbplats.

- I och med övertagandet av .nu-domänen uppgraderade vi systemen så att .nu i dag omgärdas av samma säkerhet som .se-adresser. Vi har också förenklat processen kring överlåtelser och administration, säger Måns Jonasson som är varumärkes- och webbansvarig på IIS.

Ordet "nu" betyder samma sak på svenska, holländska och danska, och det är också i dessa tre länder som domänen blivit populär, ofta förekommande på kampanjsajter där det blir del av en ordlek – ett fiktivt exempel kan vara jagvillhaglass.nu.

I Sverige blev dock .nu-adresser populära även inom andra segment kring millennieskiftet.

- Till skillnad från i Holland och Danmark så var .se ganska länge en reglerad domän, du var tvungen att ha ett aktiebolag för att kunna registrera en .se-adress fram till år 2003. Det ledde till att många skaffade sig .nu- eller .com-adresser i stället, säger Måns Jonasson.

Faktum är att populariteten för .nu i Sverige var en av orsakerna till att systemet kring .se liberaliserades.

- Vi såg att det fanns ett behov, släppte på reglerna och införde den först till kvarn-princip som fortfarande gäller för .se-adresser. Av den orsaken är inte .nu lika stort i Sverige i dag som för 15 år sedan, men det är fortfarande en väldigt populär toppdomän, säger Måns Jonasson.

Finns det någon marknad för .nu i andra delar av världen?

- Ja, det finns språk där ordet har betydelse. Nu betyder naken i Frankrike, så man skulle kunna tänka sig att porrindustrin skulle vara intresserad, men vi har inte sett några tecken på det ännu, de kanske har andra domäner för det, säger Måns Jonasson och skrattar.

Glöm inte .nu!

Har du en .se-adress i dag kan det vara klokt att registrera samma adress även som .nu, för att undvika förvirring eller att ett varumärke eller namn som associeras med dig blir taget av någon annan. Tänk också på att många webbhotell erbjuder möjlighet till förskotts- betalningar av domännamn i upp till tio år, vilket eliminerar risken för att du tappar rätten till ditt domännamn på grund av slarv. Läs mer på www.iis.se/domaner/registrera/nu/



4. Domännamn i vardagen



Idag är internet nästan som el eller vatten i många svenskars liv. Det är något som bara finns där, tillgängligt hemma och på jobbet, i mobilen och framför datorn.

Ena stunden utför vi arbetsuppgifter uppkopplade mot olika webbtjänster, nästa stund ägnar vi oss åt underhållning bland de ofantliga mängder innehåll som publiceras varje dag.

Internet är en av de största och mest betydelsefulla innovationerna i mänsklighetens historia, och kanske är den största revolutionen hur nätet förändrat och utvecklat vårt sätt att kommunicera. Inte nog med att vi loggar in på sociala sajter, forum eller andra diskussionsplatser. Vi skapar också i stor utsträckning våra egna sociala arenor. Det har blivit allt vanligare för privatpersoner att registrera domännamn till egna bloggar och sajter, ett fenomen där kvinnor och framförallt yngre kvinnor tagit täten.

En tydlig trend när det gäller hur vi använder domännamn är att vi registrerar fler och mer nischade namn direkt under toppdomänen .se. Istället för att skapa en underkategori till en specialsida eller en tillfällig kampanj i stil med kampanj.foretag.se är det vanligt att det registreras ett helt eget domännamn i stil med foretagskampanjen.se.

Dagligvarujätten Procter & Gamble försöker till exempel registrera och använda domännamn som lätt går att associera till deras olika varumärken. De har ett antal primära domäner men jobbar också med enskilda domännamn för olika kampanjer.

I en intervju för några år sedan med tidningen Internetworld berättade Procter & Gambles dåvarande nordiska mediechef Beatrice Lindvall hur företaget såg på sin domännamnsstrategi.

- Domännamn är en viktig del av hur vi ser på hela varumärket och strategin för det på nätet. Det är en självklar parameter vi tittar på i till exempel en kampanjplanering.

Procter & Gamble valde till exempel att registrera domännamnet agglossningskalender.se för en kampanjsajt med syftet att sälja ägglossningstest.

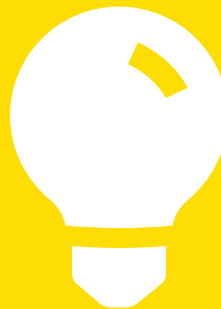
Skydda din domän

Allt fler privatpersoner, företag och myndigheter inser värdet av att behålla domännamnet över lång tid och vidtar åtgärder för att slippa bekymmer i form av obetalda registreringsavgifter eller att viktiga domännamn som associeras till det egna varumärket eller namnet blir upptagna. Många känner dock inte till möjligheten att registrera domännamn med å, ä, ö i namnet vilket gör att andra aktörer kan hinna före och registrera ens egna namn fast med en annan stavning.

Oaktsamhet kring registreringshantering kan också göra att domännamn blir tillgängliga på marknaden på grund av rent slarv. Flera webbhotell erbjuder numera möjligheten till förskottsbetalning av domännamnet i upp till tio år. Samtidigt har det ibland blivit tydligt hur viktigt det är att ha en tydlig domännamnsstrategi för många företag. Det är till exempel vanligt att olika personer i en organisation registrerar domännamn för olika projekt eller produkter utan någon central samordning. Ibland används också personliga e-postadresser vid registreringen vilket gör att påminnelser och information försvinner när den person som registrerat domännamnet slutar på bolaget eller lämnar organisationen.

.se starkast bland svenska privatpersoner

I 2015 års upplaga av IIS rapport Svenskarna och internet kan man bland annat läsa att 70 procent av alla som har ett eget domännamn för privata ändamål väljer en .se-adress. Man kan äga privata domäner under flera olika toppdomäner. Näst vanligast är det att äga en .com-domän (33%) följt av .nu och .net med 7 procent vardera. (Källa: <http://www.soi2015.se>)



5. Svenskarnas domänvanor



Vi har intervjuat fem domäninnehavare om hur de använder sin identitet på nätet och vad adresserna under .se betyder för dem idag och i framtiden. Du kanske finner inspiration till ditt eget domäninnehav eller får tips om hur du kan använda .se-domäner i din verksamhet och vardag.



Case 1. Debattören och journalisten Elin Grelsson Almestad

Elin Grelsson Almestad är författare, skribent och debattör. Under den egna domänen elin-almestad.se samlar hon sina blogginlägg och artiklar som hon skrivit i olika sammanhang. Hon har sedan länge publicerat inlägg och texter på nätet, men inte alltid under eget namn. Här berättar hon om hur hon ser på valet att registrera ett eget domännamn.

Varför valde du att registrera ditt eget namn som domännamn?

- Det var ett led i professionaliseringen av mitt skrivande. Mitt eget namn som domännamn gav ett proffsigt, seriöst intryck och gör det dessutom mycket lättare att hitta och hänvisa till mina texter.

Du kallade ju din blogg för olika saker innan den numera bär ditt eget namn. Hur gick den utvecklingsresan till?

- Ja, det var en utveckling. Från början hade jag ett bloggkonto där jag bloggade anonymt och då var det viktigt att mitt namn och jag inte skulle synas. Däremot ville jag gärna ha ett namn som gav en hint om vad det handlade om. Sedan utvecklades det fram till att jag började arbeta mer och mer som skribent och ville marknadsföra mig själv som sådan. Då kändes mitt eget namn som det enda rätta.

Övervägde du att registrera ditt namn under en annan toppdomän än .se från början?

- Nej, det kändes alltid mest naturligt med .se. En välkänd toppdomän, som dessutom ger folk en känsla av igenkänning och är lätt att gissa sig till om man inte minns hela domännamnet.

Vilken betydelse har din domän och din blogg för ditt jobb och din karriär?

– Den har varit helt avgörande för att marknadsföra mig själv. Jag samlar de flesta av mina publicerade texter på bloggen och det är därför ett enkelt sätt att visa för kunder vad jag har gjort och hur jag skriver. Många av mina föreläsningsjobb har jag fått genom Google-sökningar som lett till min hemsida, där jag skriver om de föreläsningar jag erbjuder.

Tror du att alla kommer ha personliga domännamn i framtiden?

– Nej, det tror jag inte. Det kommer finnas de som nöjer sig med sociala medier och som inte har intresse av något annat.

Tror du att du kommer att behålla ditt domännamn livet ut?

– Jag kommer nog att behålla det, även om innehållet kommer att förändras mycket. Det är en enkel adress som är lätt att fylla med det innehåll som passar för det jag arbetar med för tillfället. Det skulle väl möjligen vara om jag bytte efternamn som jag skulle behöva byta domännamn.



**Case 2. Reklammannen
Andreas Morne**

Abby Preist är en reklambyrå i Stockholm med 20 medarbetare. För den breda allmänheten är företaget sannolikt mest känt för det arbete som resulterat i Boxer-Robert, den fiktive karaktär som på sitt norrländska vis presenterar och saluför utbudet från digital-tv, bredband- och telefonileverantören Boxer. Byrån har en försvarlig mängd utländska företag i kundlistan. Andreas Morne är vd på Abby Preist.

Hur viktigt är det att ha en bra adress på nätet?

– Det är mycket viktigt. Nätet är vårt viktigaste marknadsförings- och informationskanal. Våra kunder ser definitivt sin adress som en viktig del och budskapsbärare av varumärket. Vi försöker hjälpa våra kunder genom att gå igenom för- och nackdelar med olika adresser. Det styrs naturligtvis av vad som finns tillgängligt, men i grund och botten är en .se-adress det man strävar efter att få.

Vad är ett bra domännamn?

- Ett bra domännamn är lätt att komma ihåg, det ska fastna i huvudet.

Brukar ni använda .se-adresser till kampanjsajter för kunder?

- Ja, det brukar vara förstahandsvalet om det gäller kampanjer för den svenska marknaden. Om vi har internationella kampanjer använder vi vanligtvis .com, om det finns ledigt.

Hur ser du på domännamnets framtid som bärare av varumärken?

- Det är viktigt ur, framförallt, ett seriositets- och trygghetsperspektiv eftersom det säger något om oss som företag och var vår hemvist är. Och den aspekten kommer bli ännu viktigare framöver i en allt mer fragmenterad digital värld.

Kommer sökorden ta över mer och mer, eller kommer domänerna behålla sin bärkraft?

- Jag tror att domänerna kommer stå starka som identiteter även framöver. Och de står som en trygg och fast kontrast till den mer rörliga och föränderliga, sökordsorienterade värld som hela tiden ökar i omfattning. Jag ser dock ingen motsättning mellan domännamnens styrka och sökordens ökade omfattning. De fyller olika syften.

Har du själv registrerat något domännamn privat?

- Ja, jag och en kompis har storslagna idéer och världens bästa adress reggad och klar. Och vi har en tanke om vad den ska användas till, men det avslöjar jag inte här och nu (skratt).



Case 3. Christines Sjalar

Sedan många år jobbar Christine Winberg inom flygbranschen och driver vid sidan om sitt arbete en nätbutik. Hon köper in, marknadsför och säljer premiumsjalar från Indien.

Hur startade du din verksamhet?

- Jag har i ett antal år drivit verksamheten Christines Sjalar där jag säljer pashminasjalar, eller kashmirsjalar som de ofta kallas, av finaste kvalitet. Från början var det en ren hobbyverksamhet tillsammans med en väninna, men sedan har det vuxit succesivt. Jag handplockar de sjalar jag vill ha och direktimporterar från Indien. Från början bestod verksamheten av att jag arrangerade homepartys fyra-fem gånger per år

i ett konstgalleri som jag fick låna av en kompis, och då nådde jag kunderna genom mejlinbjudningar, jag har ett register på cirka 1400 adresser. Jag har en rätt trogen skara kunder som återkommer.

Hur gick det till när du startade upp sajten christinessjalar.se och började med nätförsäljning?

– Det var för ett par år sedan, det kändes som ett naturligt nästa steg att starta en webshop. Men i och med att jag fortfarande arbetar heltid så har jag inte kunnat lägga så mycket tid på utvecklingen som jag önskat. I dag fungerar den mer som ett showroom än en regelrätt butik, många tittar på sjalarna i butiken och handlar sedan när jag har mina homepartyn.

Hur resonerade du kring företagsnamnet?

– Jag är faktiskt inte helt nöjd med namnet, det är viktigt med branding i dag och Christines Sjalar är väl inte världens hippaste namn. Men nu har jag i alla fall arbetat in namnet ganska bra, och jag gillar att det speglar att det är en väldigt personlig verksamhet, jag köper inte in sjalar på samma sätt som stora butiker, ibland handplockar jag bara en av varje, så namnet speglar mitt koncept.

Hur gick tankarna kring att det blev en .se-adress på butiken?

– Det kändes naturligt eftersom jag är helt fokuserad på Sverige ännu, jag har inte satt mig in i hur det fungerar med utlandsförsäljning och har därför inte sett något behov av att skaffa en .com-adress också.

Hur hoppas du kunna utveckla verksamheten?

– Först och främst hoppas jag kunna få upp omsättningen så att det blir mer av en riktig nätbutik och inte ett showroom, det är ju så skönt att bara packa ner en beställning och posta den på Konsum på väg till jobbet, men som sagt, jag har hittills inte haft den tiden. Men nästa år ska jag eventuellt gå ner på deltid, och då ska jag satsa mer på min webshop, lyfta fram butiken bättre och börja fungera mer som en stylist.

Hur pass hemtam är du när det gäller att registrera domäner och att skapa en nätbutik?

– Jag är ingen teknikkänniska och föredrar enkla lösningar, så jag har använt en av de tjänster som finns på nätet för att skapa en butik från grunden. Jag kan enkelt gå in och ändra texter och bilder, lägga till nya produkter och så, men blir det för komplicerat måste jag ta hjälp av någon.

Har du jobbat något med sökmotoroptimering för att få upp din butik i sökresultaten hos Google?

– Som jag har förstått det är det meningslöst att i dag hålla på och betala för sådant, man måste förtjäna sin plats i rankingen på ärligt sätt. Men jag är ofta inne och uppdaterar på min sajt och ändrar i utbudet, och jag märker att det ger resultat, jag klättrar i sökresultaten.



Case 4. Bloggar om vardagen

Lisa Bjärbo är författare inom barn- och ungdomsgenren och har de senaste åren även gett ut ett par vegetariska kokböcker. I svenska bloggkretsar var hon dock länge mest känd som "Onekligen", och inte som Lisa Bjärbo.

Din blogg "Onekligen" firar tio år i år. Kan du berätta hur du tänkte när du startade den, och

hur du resonerade kring domännamnet?

– Jag hade läst bloggar ett tag och var så himla avundsjuk på alla som hade en. Jag tyckte det verkade så sjukt roligt. Jag tänkte inte så mycket på webbadressen – jag registrerade mig på Blogspot för att alla mina favoritbloggar låg där och jag ville vara som dem. Det var ingen av dem som hade en egen domän då. Namnet "onekligen" däremot, tänkte jag mycket på. Det var mitt favoritord och jag hade bestämt sedan länge att mitt företag, om jag någonsin startade ett, skulle heta "onekligen". Nu blev det inget företag, men namnet har hängt med sedan dess, jag heter "onekligen" i alla sociala medier jag hänger på.

Adressen till din blogg är än i dag onekligen.blogspot.se. Har du någon gång funderat på att lägga den direkt på .se-domänen?

– Jo, tanken har flugit genom huvudet ibland, det skulle ge ett proffsigare intryck och bloggen har med åren blivit mitt ansikte utåt som författare. Det som från början bara var en plats där jag skrev om min vardag för en liten skara kompisar har vuxit och även blivit en viktig marknadsföringskanal för mig i mitt jobb. Men samtidigt är jag kluven. Jag gillar att bloggen känns som en hobby, att den inte behöver andas "jobb" utan är en plats där jag gillar att skriva och har kul utan prestationsångest.

Skriver man in adressen onekligen.se i dag slussas man vidare till din sambos företag. Hur kommer det sig?

– Det är bara en ogenomtänkt, klantig kvarleva från när min blogg var pytteliten, och ordet bara var ett ord vi båda gillade. Eftersom jag inte startade något företag som hette Onekligen så gjorde han

det. Jag minns inte exakt, men jag tror han satt och försökte komma på ett bra företagsnamn, och jag sa ”ta onekligen, det är det bästa ordet”, och så gjorde han det. Vi har sagt i flera år att jag ska ta över domänen, men det har inte blivit av ännu.

Hur viktig är bloggen och därmed webben som plattform för dig i dag?

– Bloggen är fortfarande viktig för mig personligen – den är en ventil där jag skriver utan att ha prestationsångest, till skillnad från till exempel när jag skriver böcker. Men som mitt ansikte utåt har den absolut tappat i vikt på bekostnad av framförallt Instagram. Jag upplever det som att färre människor läser och kommenterar bloggar nuförtiden, och att jag har lättare att nå ut via Instagram. Men jag tänker att de kompletterar varandra. På bloggen skriver jag längre, resonerande texter, på Instagram postar jag bilder och glimtar från livet. Bloggen och nätet är fortfarande min bas, det är dit jag hänvisar när det verkligen gäller.

Som författare är du känd för ditt riktiga namn, men du har inte registrerat lisabjarbo.se, inte ens för att slussa vidare till din blogg. Hur kommer det sig?

– Jag vet inte! Det måste jag ju göra så klart. Jag tror det beror på att övergången varit så smygande. Det är först på sista tiden som jag på allvar börjat kalla mig för författare och ser det som mitt yrke. Jag har inte kommit till punkten ”registrera domän” ännu.

Du har däremot startat sajten meravego.se där du marknadsför dina och Sara Asks vegetariska kokböcker. Hur gick det resemanget?

– Med ”Mera vego” var jag mer medveten och strategisk från början. När jag startade en blogg för tio år sedan visste jag inte hur man registrerade en domän ens. Det vet jag nu. När vi bestämde titel på kokboken för några år sedan registrerade vi domänen mest för att den kanske skulle kunna vara bra att ha. Och när vi för någon månad sedan kom på att vi ville börja göra små videosnuttar om vegomat kändes det som om det var dags. Filmerna behövde ett hem, och vi hade en del överblivet material som vi tyckte kunde passa på en sajt. Om bloggen och mitt nätnamn ”Onekligen” varit en process som mest bara blivit, har processen med ”Mera vego” varit mer av en strategi. Vi valde till exempel titel på boken för att den skulle passa som hashtag och kunna bli en del av en slags livsstil som folk ville delta i.



Case 5. Familjen Sellström

Kristin Horn Sellström och Erik Sellström bor med sina två döttrar strax utanför Växjö. Båda äger och hanterar flera egna domännamn, både för privatlivet och i jobbet. Erik arbetar på en reklambyrå och Kristin är fotograf. I takt med att deras karriärer och liv tillsammans utvecklats har de registrerat olika domännamn för olika behov.

Hur tänker ni kring era olika domännamn? Finns det en strategi eller har registreringen och användningen uppstått mer slumpmässigt?

- Jag har inte tänkt alls. Mina domäner har köpts in när behov uppstått och det har varit hastiga beslut. Jag har inte så stor koll på vilka jag har faktiskt. Den jag använder mest är kristinhorn.se, och jag borde kanske registrera kristinhornsellstrom.se, men det känns för långt och krångligt för att användas. Jag har ett eget till min foto-studio också, gitochrut.se, jag ville ha något som var frikopplat från mitt namn, säger Kristin Horn Sellström.

- Jag var först att hugga domännamn. Mitt första var eriksellstrom.com och huserade en personlig hemsida med dagbok, bilder och så vidare. Det var väl runt år 2000. När jag började blogga några år senare var det på blogspot utan domän. Ju mer läsare jag fick och ju mer mitt sociala nätverk växte kände jag att det var viktigare med en domän. Så i det fallet var det ett strategiskt/taktiskt val att skaffa eriksellstrom.se, säger Erik Sellström.

- En del domäner vi har är resultat av spännande, ogenomförda och vilande affärsidéer. Domänen sellstrom.se var länge upptagen och det retade mig när jag jobbade med mitt personliga varumärke. Därför höll jag koll på tillgängligheten och när den till slut blev ledig högg vi den. Oklart vad den ska användas till. Just nu tjänstgör den som en liten, och uppdaterad, länksamlingsplats till familjens olika platser på webben. Kanske kan man kalla vår domänflora för organiskt framvuxen med taktiskt valda plantor, fortsätter han.

Vilka fördelar har ni sett med att ha egna domännamn både personligen och till exempel Sellstrom.se?

- Jag ser de personliga domännamnen som en plats där jag manifesterar valda delar av mig själv. En plats som dels är identitetsbärande och dels en publicistisk plattform som jag kan använda i mitt socialiserande med andra på webben. Sellstrom.se är mer en möjlighet att samla familjens olika projekt och flöden. Jag har tjatat på farsan att han borde blogga och börjar han med det så hör

bloggen hemma på sellstrom.se via länk eller feed. En samlingsplats liksom. Mer genomtänkt är det inte i nuläget, säger Erik.

- Eriks tankar kring detta stämmer bra med de jag själv har.

Sellstrom.se ska vara samlingsida, men det är lätt att glömma den inser jag nu när jag kollar vad som ligger där. Det skulle vara fint att fylla på den allt eftersom, när kidsen börjar blogga och lägga upp bilder, ha ha. Jag ska helt klart ta tag i detta. Det känns smart att ha en samlingsida, en sellstromportal! Men det hade inte funkat med en gemensam sida för riktigt innehåll, blogg och sådant, säger Kristin.

Hur många domännamn har ni registrerat och hur många använder ni?

- Vi har 14 domännamn på listan. En del är registrerade åt vänner som har noll koll på webb. Jag har två registrerade för karriär och en tillsammans som är privat men som inte används just nu, säger Erik.

- Jag har fyra registrerade för olika delar av min business, varav två som är för samma ställe med olika stavning, inklusive kristinhorn.se. Och sen har jag två till som jag inte använder, men som jag vill ha kvar, säger Kristin.

Har ni registrerat några domännamn till era barn?

- Oj, bra fråga. Vi har inte registrerat åt barnen. Det är klart, varför skulle man inte göra det egentligen? Det vore rätt naturligt om vi tittar på vad vi gör för ungarna långsiktigt i övrigt. Likaväl som man sparar till körkort eller liknande vore det smart att hålla åtminstone personnamnet åt barnen. Har inte tänkt så mycket på detta innan. Om det behövs vet jag inte eftersom en identitet inte nödvändigtvis behöver bo i en domänadress om tio år, säger Erik och blir lite fundersam.

- Jag kollar med detsamma, klart de måste ha sina namn om de finns kvar! Visst, det är inte säkert att det kommer behövas, men det kan vara värt att ha dem ifall det blir så, säger Kristin.

Hur tror ni att era barn kommer att hantera och använda domännamn i framtiden?

- Ur ett personbaserat perspektiv misstänker jag att det kommer vara absolut vanligast att bo digitalt i olika sociala tjänster. Ungefär som Facebook idag. Möjligen kommer det gå att koppla domäner direkt till en onlineidentitet samtidigt som det kanske är överflödigt. Domännamn är ändå en ändlig resurs.

Tror ni att ni kommer behålla era domännamn livet ut eller kommer det växla över tiden?

- Jag kommer nog att hålla i de flesta, mest för att de är en ändlig resurs och det bara kan finnas en av varje. Jag sitter inte på några

5. Svenskarnas domänvanor

riktiga höjdare precis, men man vet ju aldrig hur stor roll de kommer spela framöver. Tänk om domännamn blir ännu viktigare framöver, hemska tanke, säger Kristin.

- De personliga domännamnen kommer jag att hålla hårt i eftersom de är direktkopplade till mig. Detta förutsatt att domännamn inte blir en obsolet funktion. Då kanske jag behåller dom ändå av nostalgiskäl, säger Erik.

Kommer alla att ha domännamn i framtiden, nästan som personnummer?

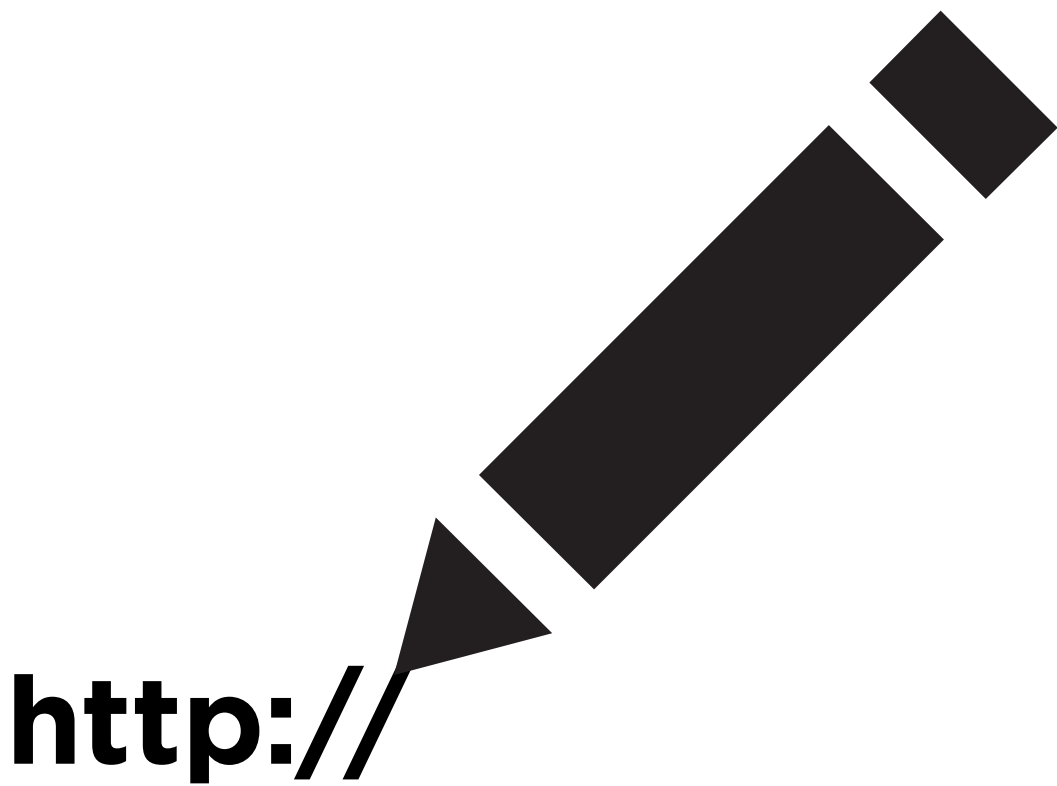
- Det förutsätter väl att alla kan ha ett domännamn som känns bra eftersom man kan välja domännamn. Jag tror mer att det kommer tjänster som ger oss den möjligheten på webben, en digital identitet alltså. Spänningen med domännamn är att skapa något unikt men ingen vill ju vara eriksellström129.se. Och det är svårt att vara gogogaga.com för då måste du etablera den benämningen i en massa sammanhang. Att däremot lansera och marknadsföra tjänsten, produkten eller varumärket gogogaga.com kan vara en annan femma, säger Erik.

- Jag tror såklart att alla på ett eller annat sätt, mer eller mindre, kommer leva sitt liv med internet integrerat. Det kommer bli otydligare gränser och online/offline kommer bli mossiga och inaktuella begrepp. För en värld och ett liv där internet är integrerat på de flesta nivåer, blir domännamn ett väldigt trubbigt verktyg för att hitta och identifiera sig själv och andra eller annat med. Jag gissar att det kommer fungera smartare än så, med sök, identitet och varumärke.

Har ni mött några reaktioner från omgivningen när det gäller era olika domännamn och sajter, någon som ställt sig undrande till varför ni har dem?

- Jag kan faktiskt inte minnas ett enda tillfälle där någon har kommenterat våra domännamn. Inte annat än typ "Såg att du hade en egen blogg nu", säger Erik.

6. Så registrerar du ditt domännamn



För att registrera ett domännamn under .se-domänen i Sverige vänder du dig till en ackrediterad återförsäljare, en registrar.

Kortfattat kan man säga att det som händer när du registrerar ett domännamn är att det skapas ett nytt namn i en katalog som består av världens alla domännamn samt vilka datorer (och servrar) de pekar till.

Många webbhotell är återförsäljare av domännamn, men det finns också andra registrarer, exempelvis konsult- eller advokatbyråer.

Många återförsäljare erbjuder även möjligheten att registrera generiska domännamn som .com eller .net samt även andra länders toppdomäner. I princip kan vem som helst registrera ett domännamn. I registreringsvillkoren för den svenska .se-domänen står det:

Ansökan om registrering under toppdomänen .se står öppen för alla fysiska och juridiska personer som har ett person- eller organisationsnummer eller som kan identifieras genom registerbeteckning i register fört av myndighet, eller av organisation med myndighetsliknande uppgift.

År	Antal domännamn
2007	150 000 000
2008	175 000 000
2009	195 000 000
2015	295 000 000
2016	320 000 000

2007 2008 2009 2015 2016

Antal domännamn Under samtliga toppdomäner 2016

Det finns över 320 miljoner registrerade domännamn under samtliga toppdomäner (TLD, Top Level Domain) i början av 2016 och de har ökat med in snitt 9 procent per år. (Källa: verisign.com)

Du behöver inte ha en webbplats eller en blogg för att registrera ett domännamn, även om många webbhotell erbjuder paketslösningar där både lagringsutrymme, e-posthantering och domännamnsregistrering ingår. Den som redan har en hemsida kan även registrera ytterligare domännamn om han eller hon vill.

Återförsäljare av domäner kan sedan ett antal år hantera alla internetrelaterade tjänster gentemot sina kunder. Det finns när den här texten skrivs cirka 100 svenska registrarer och du kan se en lista på dem på www.iis.se. Föreningen Registrars.se driver frågor kopplat till den svenska toppdomänens utveckling och representerar svenska registrarer oberoende från IIS.

Flera adresser

Många företag har till exempel ett domännamn för företagets hemsida och vid sidan av det flera andra domännamn för olika produkter eller tjänster som företaget erbjuder. Volvo använder till exempel volvo.se och volvocars.se för olika delar av sin verksamhet. Som exempel har de även använt domännamnen volvov50.se och volvov70.se i sin marknadsföring.

Så får ett .se-domännamn se ut

- Ett domännamn ska innehålla minst två tecken, och får maximalt innehålla 63 tecken.
- Ett domännamn under toppdomänen .se består vanligtvis av ASCII-tecken, det vill säga bokstäverna a-z, siffrorna 0-9 samt bindestreck.
- Det går att ha olika adresser till samma sajt, som exempelvis doman.se och domän.se.
- Domännamnet måste inledas och avslutas med en bokstav eller siffra och får inte uteslutande bestå av bindestreck.
- Sifferkombinationer i formatet xxxxxx-xxxx som utgör eller kan komma att utgöra ett personnummer kan inte registreras.
- Av tekniska skäl är det inte möjligt att registrera domännamn som inleds med två alfanumeriska tecken (siffrorna (0-9) och bokstäverna (a-z)) följda av två bindestreck.
- Vissa domännamn är reserverade för behörig sökande och kan registreras först efter särskild prövning.
- Det finns även andra undantag från de generösa reglerna för domänregistrering som gäller för Sveriges toppdomän .se. De fullständiga villkoren för domännamnsregistrering hittar du på www.iis.se.

Annorlunda tecken

Det är möjligt att registrera domännamn under .se- och .nu-domänen med bokstäverna å, ä, ö och é samt ett antal skrivtecken från de officiella svenska minoritetsspråken. Den här typen av domännamn kallas för IDN (Internationalised Domain Names) och ligger utanför det vanliga domännamnsystemets teckenuppsättning, som är begränsat till a-z, 0-9 och bindestreck. De flesta av de dominerande webbläsarna klarar av att läsa IDN-adresser. Dessa adresser finns framförallt till för att olika länder och minoriteter i världen ska ha möjlighet att skapa domännamn som skrivs och uttalas på det egna språket och inte tvingas anpassa sig till endast det latinska alfabetet. En annan anledning att använda IDN-domäner är till exempel fördelar av att slippa byta tangentbordsinställning bara för att skriva in en adress i webbläsaren, som i fallet med den ryska domänen.

Tänk på det här när du registrerar domännamn

Oavsett om du bara tänker använda ett enda domännamn som privatperson eller sitter på ett företag med hundratals registrerade domännamn finns det några saker du kan tänka på för att underlätta hanteringen av domännamn.

- Använd alltid en och samma e-postadress, gärna en opersonlig, för alla ärenden som har med domännamnet att göra. Annars är det lätt att information försvinner så fort en person slutar eller om du byter personlig e-postadress. Observera att e-postadressen inte bör tillhöra det domännamn du registrerat eftersom det kan vara svårt att nå e-posten om problem uppstår med just det domännamnet.
- Se också till att den återförsäljare du använder registrerar domännamnet på dig och inte på sig själv. Det är inte ett jättevanligt problem numera men har förekommit tidigare. Seriösa återförsäljare registrerar alltid domännamnet på den kund som gjort beställningen.
- Kontrollera att den återförsäljare du använder finns registrerad som registrar till IIS. Det gör du på www.iis.se.
- Tänk framåt. Vilka behov av nya domännamn har du i framtiden och kan det finnas behov av att registrera ytterligare domännamn redan nu? Kanske vill du skapa fler sajter eller andra sidor som kräver ett eget domännamn?

- Fundera på om ditt namn, företag eller organisation lätt stavas fel. I så fall kan du överväga att även registrera felstavade versioner av ditt domännamn. Då slipper du risken för felstavade registreringar där någon annan registrerar ditt namn fast med en annan stavning.

Sju oumbärliga tips

Innan du skaffar en egen adress på nätet är det några saker som kan vara bra att tänka på. Vi har samlat några handfasta råd för dig som vill registrera ditt eget domännamn.

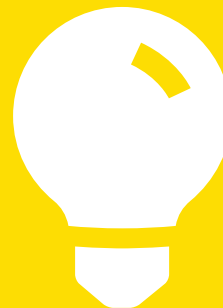
1. Krångla inte till det. Det är praktiskt om webbplatsens namn och domänens namn är identiska, med undantag för vedertagna förkortningar. Om din sportförenings sajt är tänkt att heta Vår Sportklubb blir det förvirrande för besökarna om adressen är visportar.se. Prova med vårsportklubb.se i stället, vilket är mer logiskt och således kommer att tilltala fler människor.
2. Tänk på uttalet. Säg webbadressen som du vill registrera högt för dig själv några gånger. Om det låter konstigt och är svårt att säga adressen är domännamnet antagligen inte bra om du vill ha många besökare på sajten. Numera används webbadresser ofta i dagligt tal och då är det viktigt att domännamnet går att uttala utan större problem.
3. Undvik missförstånd. När du hittat ett domännamn som fungerar, sök på ordet eller webbplatsens namn i närmaste söktjänst. Finns det en adress som redan är inarbetad och som dessutom har ett innehåll som liknar det du kommer att syssla med på din webbplats, överväg då att registrera en annan adress. Om det är lätt att förväxla webbplatserna via deras namn och domännamn är det förmodligen inte bra för någon. Tänk också på att kontrollera att det domännamn du väljer inte gör intrång i annans rätt.
4. Fråga om råd. Kolla med dina kollegor och vänner vad de tycker om ditt val av domännamn. Är adressen enkel nog? Går den att lägga på minnet? Speglar sajtens namn det du kommer att ha den till? Testa gärna ditt domännamn på dem som inte är ständigt uppkopplade nätproffs för bästa kvalitet på åsikterna.
5. Fler än en adress. När du skaffar dig adressen varsportklubb.se kan du även registrera vårsportklubb.se. Det finns otaliga varianter på detta, exempelvis registrering av vedertagen förkortning som används i dagligt tal, varsk.se, vårsk.se och så vidare. Glöm inte att peka om dina olika adresser till en huvudadress, till exempel varsportklubb.se. Det kan du göra i kontrollpanelen eller domänhanteraren hos din registrar, och registraren kan oftast också erbjuda hjälp med pekningen mot rätt namnservrar.

6. Så registrerar du ditt domännamn

6. Registrera med en gång. När du hittat fram till rätt domännamn och det är ledigt kan du fundera på att registrera det så snart som möjligt. Det är inte omöjligt att någon annan hinner registrera adressen om du tar lång tid på dig att göra den till din. Detta gäller i synnerhet dig som avser att använda domännamnet i kommersiellt syfte och därför kan ha svårt att ändra namn på den tänkta webbplatsen.
7. Glöm inte .nu! Har du en .se-adress i dag kan det vara klokt att registrera samma adress även som .nu, för att undvika förvirring eller att ett varumärke eller namn som associeras med dig blir taget av någon annan. Tänk också på att många webbhotell erbjuder möjlighet till förskottsbetalningar av domännamn i upp till tio år, vilket eliminerar risken för att du tappar rätten till ditt domännamn på grund av slarv. Läs mer på www.iis.se/domaner/registrera/nu/

Tips! Svenskt nätmuseum

När det gäller fenomen och fakta, huvudsakligen från ett svenskt perspektiv, har IIS ett nätmuseum på www.internetmuseum.se



7. Världen utanför Sverige



.se är den svenska toppdomänen. På samma sätt har andra länder sina egna toppdomäner.

Man kan jämföra det med landsnummer för telefoni, eller landsbokstäver på bilar. De nationella toppdomänerna följer en ISO-standard för de olika landsbokstäverna där Norge har .no, Tyskland har .de och så vidare.

I varje land finns en NIC (Network Information Center) som administrerar toppdomänen på nationell nivå. Sveriges NIC är IIS (Internetstiftelsen i Sverige). Det finns också generella toppdomäner som inte är kopplade till ett land utan gäller för hela världen. De signalerar istället vilken typ av verksamhet det rör sig om. De vanligaste globala toppdomänerna är .com (kommersiella), .net (nätverk) och .org (organisationer). De kallas för generiska toppdomäner. Andra förekommande generiska toppdomäner är till exempel .biz, .info och .name.

Även om de generiska toppdomänerna har viss inriktning så finns det ingen som styr över det innehåll som publiceras under en specifik domän. Ofta registrerar företag eller personer sitt domännamn under flera olika toppdomäner för att gardera sig. Det vanligaste är då att registrera sitt namn på de marknader eller länder där man är aktiv. Det absolut vanligaste för svenska företag och privatpersoner är att registrera sitt domännamn under .se-domänen, eventuellt tillsammans med .com eller andra toppdomäner som anses viktig för verksamheten.

ICANN koordinerar

Den organisation som ansvarar för att koordinera alla aktörer i världen när det gäller domännamssystemet heter ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Det är en icke vinstdrivande organisation med medlemmar från hela världen. Organisationens uppgift är bland annat att främja utvecklingen av ett säkert och fungerande internet samt att ha en koordinerande roll när det gäller domännamssystemet. Du kan läsa mer om ICANN på www.icann.org.

Nya toppdomäner

Från och med 12 januari 2012 är det möjligt att ansöka om att registrera en helt egen och unik toppdomän. ICANN beslutade i juni 2011 att tillåta etableringen av nya toppdomäner i stil med .stockholm eller .electrolux.

De 10 största landstoppdomänerna

Av det totala antalet domännamn svarar domännamnen under landstoppdomäner (cc-TLD, Country Code Top Level Domain) för 39 procent. Det finns cirka 260 landstoppdomäner. De tio största hade sammantaget 145 miljoner registrerade domännamn 2015.

(Källa: www.verisign.com)



1. Kina (.cn)
2. Tyskland (.de)
3. Storbritannien (.uk)
4. Nederländerna (.nl)
5. Ryska federationen (.ru)
6. Europeiska unionen (.eu)
7. Brasilien (.br)
8. Australien (.au)
9. Frankrike (.fr)
10. Italien (.it)

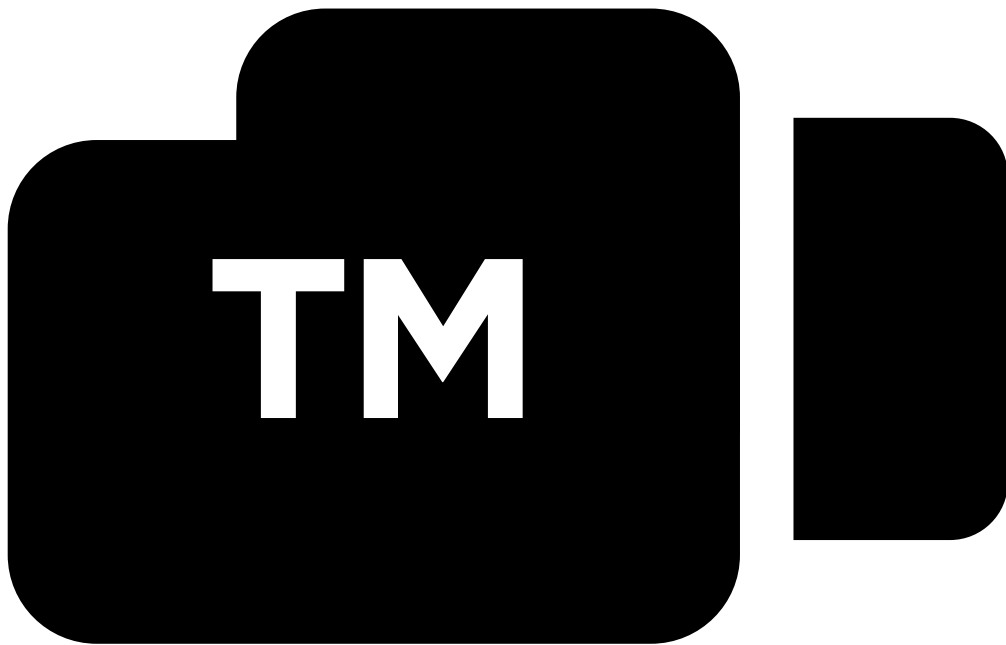
Det kostar cirka 1,1 miljoner svenska kronor att ansöka om en ny unik toppdomän åt sig själv eller sitt företag eller organisation. Den höga summan är satt för att minska risken för att toppdomäner köps i ren spekulation.

Samtidigt går det redan nu att förutse nya tvister och problem som konsekvens av nya toppdomänerna. Vad händer om till exempel Toyota inte hinner registrera .toyota utan det istället görs av en konkurrent eller en domännamnshandlare? Precis som idag kommer det finnas ett system för att hantera tvister, men krockarna mellan olika domännamnsintressenter kan komma att öka. Även om priserna är höga så är spekulanterna för de riktigt attraktiva toppdomänerna många, och en andrahandsmarknad med höga summor i omlopp är lätt att föreställa sig. De nya toppdomänerna togs i drift under 2013.

Standardiserade toppdomäner

När det gäller hur de nationella toppdomänerna ser ut följs ISO-standarden ISO 3166-1. Den listar alla länder och hur deras namn förkortas med enbart två bokstäver. Ofta, men inte alltid sammanfaller toppdomänens två bokstäver med de landskoder som sedan länge funnits för respektive land. ISO-standarden för landskoder är dock inte samma sak som till exempel språkkoder eller landskoder för motorfordon.

8. Domännamn kontra varumärken



Sedan domännamnssystemet skapades har ständiga diskussioner pågått kring hur juridiken ska tillämpas när det gäller olika aktörers intresse och rätt till registreringen av olika domännamn.

Internet är globalt och en helt konfliktfri och smidig hantering av domännamnsfrågor blir snabbt en utopi när man betänker hur många olika företag, varumärken, organisationer och andra aktörer som världen över använder och registrerar domännamn. Kort sagt uppstår det krockar och tvister som måste lösas och hanteras.

När det gäller de svenska reglerna för .se-domänen är det i juridisk mening viktigt att skilja på domännamn och varumärken. Registreringen sköts av separata instanser och kraven för ensamrätt är olika. I praktiken innebär det att ett domännamnskydd inte på något sätt kvalificerar för ett varumärkesskydd och tvärtom.

Om man däremot ser domännamn och varumärken som gränssnitt mot företagets eller organisationens målgrupper blir den juridiska skillnaden oviktig. Ett inarbetat domännamn kommer i verkligheten att fylla samma funktion som ett inarbetat varumärke, vilket till och med uppmärksammats i Nationalencyklopedins artikel om domännamn:

Domännamn infördes främst för att skapa en enklare teknisk möjlighet att beskriva adressen till en dator, men med tiden har de fått en innebörd som kännetecken, inte helt olik den som varumärken har. I denna roll tillskrivs ofta domännamn betydande värden.

Egentligen är det självklart att det blivit så här. Eftersom konsumenter inte fäster något avseende vid om ett namn på en vara eller tjänst överhuvudtaget är registrerat, så gör de naturligtvis inte heller någon skillnad på om ett namn är registrerat som domän eller som varumärke. Det som avgör är istället vad namnet representerar, vilka associationer och värderingar det har i konsumenternas medvetande. Det innebär i sin tur att ett namn som är både domän och varumärke inte kan ha en innebörd på nätet och en utanför. En uppfattning om till exempel varumärket "Fritidsresor" kan rimligtvis inte vara radikalt annorlunda än en uppfattning om domänen "fritidsresor.se", i synnerhet inte som båda presenteras med identisk grafisk form.

Begreppet varumärke

Om det alltså är viktigt att hålla isär domännamn och varumärken när det gäller den juridiska processen, så är det lika viktigt att inte särbehandla dem i kommunikationsprocessen. Det blir tydligare om vi använder oss av den engelska varumärkesterminologin, som har två olika begrepp för vårt svenska "varumärke":

- Trademark, som betecknar det namn eller grafiska märke som är registrerat och juridiskt skyddat.
- Brand, som betecknar den uppfattning eller det renommé som marknaden associerar med det grafiska märket, till exempel att "Volvo" = "säkerhet". Ett brand kan naturligtvis inte ägas i juridisk mening, utan är en position företaget eller organisationen har erövrat i målgruppens medvetande och ständigt måste slå vakt om genom sitt agerande på marknaden.

Observera att de utländska uttrycken "Brand" respektive "Trademark" inte har någon bäring inom svensk juridik, utan används för att förtydliga principerna kring domäner och varumärken. Även om ett domännamn har en annan juridisk status än ett trademark, så har det samma förutsättningar att utvecklas till ett brand och principerna för hur det går till är desamma. Arenan är i båda fallen den mänskliga hjärnan och den arbetar inte med separata informationssystem, utan hanterar alla typer av namn eller begrepp enligt samma principer.

Medan en varumärkesregistrering förutsätter en så pass tydlig särskiljning att det inte finns någon risk för förväxling, så är reglerna betydligt liberalare när det gäller en domännamnsregistrering. De enda kraven är att namnet är ledigt, att det inte av någon anledning är spärrat och att det inte strider mot svensk lag. I ett viktigt avseende är dock ett domännamnskydd likvärdigt med ett varumärkeskydd: registreringen i sig ger ingen styrka eller attraktion på marknaden, utan den måste du bygga upp själv.

Vem äger ett domännamn?

Frågan om vem som äger ett domännamn är oftast ganska enkel att svara på rent tekniskt. Den som registrerat ett svenskt domännamn (under .se-domänen) hos en auktoriserad registrar (återförsäljare) är på pappret den som har rättmätig nyttjanderätt till domännamnet. På www.iis.se går det att söka på alla .se-domäner och se vem som registrerat en domän. Ibland får du dock bara fram information om vilken registrar eller återförsäljare som registrerat domänen, du kan då behöva kontakta återförsäljaren för att få mer information om

8. Domännamn kontra varumärken

vem som står bakom registreringen. Det är värt att notera att man inom domänregistrering inte använder begreppet ägande utan refererar till nyttjanderätt och innehav.

Även om det vid en första anblick framstår som enkelt att avgöra vem som har rätt att inneha ett domännamn är det inte alltid lika lätt att avgöra vem som borde ha rätt att inneha ett specifikt domännamn. När frågor kring varumärken blandas in uppstår lätt menings-
skiljaktigheter. Har en privatperson vid namn Niklas Ericsson till exempel mer rätt till namnet ericsson.se än bolaget Ericsson?

Vem har rätt till ett domännamn?

Frågan som har lika många svar som antalet parter i en tvist är vem som har rätt till ett domännamn. Det enklaste svaret är antagligen "den som hann först med att registrera namnet". Det är dock en sanning med modifikation. Det svaret gäller framförallt domännamn där det kan finnas många betydelser eller associationer för samma namn. Om flera personer heter Anders Andersson är det den Anders som först lyckas registrera andersandersson.se eller anders.se som har rätt till namnet. Men om det samtidigt skulle finnas ett stort och välkänt företag med namnet Anders Andersson och det är ett registrerat varumärke är "först till kvarn"-principen inte lika given.

Som vi varit inne på tidigare innebär inte en registrering av ett varumärke hos Patent- och Registreringsverket (PRV) automatiskt en rättighet eller skydd av ett domännamn. Om du till exempel upptäcker att någon annan registrerat ditt bolagsnamn eller en av dina produkter som domännamn är det inte säkert att du kan begära att få domännamnet överflyttat till dig om du inte kan visa att användningen av domännamnet ej är av berättigat intresse samt att registreringen är gjord i ond tro*.

Så här skriver PRV angående varumärken på internet och regeln om förväxlingsbarhet:

*En varumärkesregistrering hos PRV ger dig möjlighet att hindra andra från att i näringsverksamhet använda kännetecken som är förväxlingsbara med ditt varumärke. Kännetecken som liknar varandra anses som regel förväxlingsbara om de avser varor eller tjänster av samma eller liknande slag. Vad du därför får ta ställning till är om den verksamhet som bedrivs under ett domännamn dels är kommersiell men även om den har sådan inriktning att den står i direkt konflikt med ditt varumärke. Om verksamheten inte är kommersiell eller har en helt annan inriktning än din egen för de varor eller tjänster som marknadsförs under domännamnet kan det ofta vara fråga om tillåten användning av ditt kännetecken som domännamn.
(www.prv.se/Varumärke/)*

När det gäller det omvända, det vill säga hur stora möjligheter ägaren till ett domännamn har att bestrida till exempel en varumärkesregistrering, är utsikterna betydligt mörkare. Det går inte att hänvisa till ett registrerat domännamn när till exempel en konkurrent lanserar en produkt med samma namn som ett domännamn du själv äger, så länge du inte även registrerat det som varumärke.

Så här skriver PRV om domännamnets ställning gentemot varumärkesregistreringen.

Enbart en domännamnsregistrering ger ingen ensamrätt att använda ett ord som ett kännetecken för varor eller tjänster. Den som har en domännamnsregistrering kan därför inte hindra andra från att använda ett identiskt ord som kännetecken i andra sammanhang. En domännamnsregistrering är alltså inte att jämföra med en varumärkesregistrering eller ett inarbetat varumärke.

Så gör du vid en tvist

Även om det i många fall verkligen handlar om att vara den som hinner först att registrera ett domännamn finns det sammanhang och namn där både varumärkesaspekter och till exempel kopplingar till myndighetsnamn eller firmanamn gör att du kan ha rätt till ett domännamn även om någon annan registrerat det.

Det går bara att överklaga tilldelningen av ett domännamn i efterhand och det kallas Alternativt tvistlösningsförfarande (ATF). Om du tycker att ett domännamn som någon annan registrerat borde tillhöra dig kan du lämna in en ATF-ansökan. Då kommer ärendet normalt att hanteras inom 30 arbetsdagar. Det går även att mot en avgift begära ett påskyndat tvisteförfarande. Då sker handläggningen inom tio dagar förutsatt att motparten inte besvarar ansökan.

När någon överklagar en tilldelning av ett domännamn bedöms tvisten enligt tre olika omständigheter (rekvisit).

- Sökanden, det vill säga den som överklagar, måste ha en rättighet (exempelvis varumärke eller firma) med giltighet i Sverige.
- Om innehavaren av domännamnet handlat i ond tro* när domänen registrerades eller användes.
- Innehavaren ska inte heller ha en rätt eller ett berättigat intresse till domännamnet.

*Med ond tro menas en registrering med syfte att förhindra ett företag eller en organisation från att kunna använda sina egna varumärken eller kännetecken som domännamn, eller att registreringen haft uppsåt att störa affärsverksamheten.

Alla tre rekvisiten måste uppfyllas för att den som gjort en ansökan om tvistlösning ska kunna få domännamnet överfört eller avregistrerat.

I genomsnitt avgörs numera mellan 60 och 70 tvister per år. Under 2015 avgjordes 66 tvister.

Tre tvister med olika utfall

På www.iis.se kan du läsa om aktuella och tidigare tvister i domännamnsärenden. Genom att läsa om tidigare tvister går det att få en bra förståelse för hur reglerna kring .se-domänen tillämpas och hur ett alternativt tvistlösningsförfarande går till. Här är tre exempel på tvister som behandlats.

Comedycentral.se

När humorkanalen Comedy Central lanserades i Sverige hade domännamnet comedycentral.se redan registrerats av en annan part. Denna part försökte sedan sälja domännamnet för 800 000 kronor till Comedy Partners som äger Comedy Central-varumärket. Eftersom den som först registrerat domännamnet comedycentral.se haft uppenbar kännedom om varumärket Comedy Central och alltså handlat i ond tro, dessutom med syfte att sälja domännamnet till Comedy Partners, blev beslutet att bifalla Comedy Partners ansökan om tvistlösning. Motparten förlorade alltså tillgången till domännamnet comedycentral.se.

Hittapunktse.se

Här är ett exempel på när någon försöker utnyttja ett redan befintligt domännamn och tjänst för att driva trafik till en egen tjänst. I det här fallet fanns en länksamling publicerad under hittapunktse.se vilket vid tvistlösningen bedömdes kunna urvattna söktjänsten Hitta.se:s kännetecken och vara vilseledande för besökarna. Registreringen av hittapunktse.se skedde i ond tro för att dra nytta av Hitta.se:s varumärke och goda renommé. Beslutet blev att bifalla Hitta.se:s ansökan om tvistlösning.

Krog.se

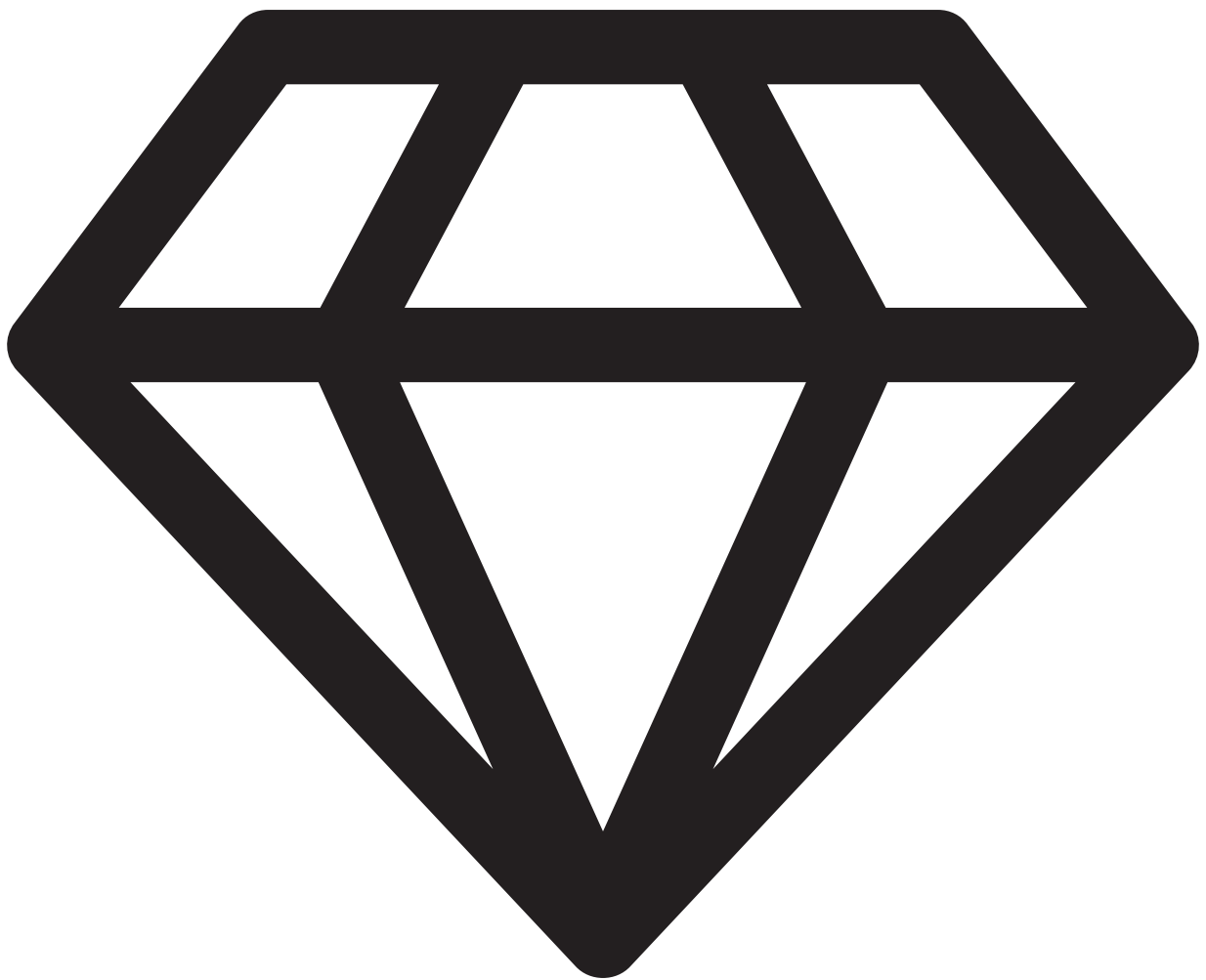
Ägaren till varumärket KROG ansökte om tvistlösning för att försöka få tillgång till domännamnet krog.se. Några år tidigare hade ägaren kontaktat den som registrerat krog.se och då fått reda på att domännamnet var till salu för "rätt pris". Dock har domännamnsinnehavaren inte gjort några säljförsök från sin sida. Vare sig ond tro eller missbruk av varumärket har kunnat bevisas, inte heller kan ägaren av krog.se sägas sakna intresse av att använda domännamnet. Därför bifölls inte ansökan om tvistlösning och ägaren till varumärket KROG får fortsätta sin verksamhet utan möjlighet att

använda krog.se. Detta hindrar dock inte att frågan senare kan komma att prövas i domstol och gäller ATF i allmänhet.

Tvister utanför landet

När det gäller tvister om generiska toppdomäner som till exempel .com och .net regleras dessa av ICANN:s "Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy". Av den framgår att eventuella tvister måste avgöras i domstol alternativt via en godkänd "dispute-resolution service provider". En av dessa är till exempel WIPO som står för World Intellectual Property Organization. Du hittar mer information på www.icann.org.

9. Så mycket är ett domännamn värt



Värdet av ett domännamn går att uttrycka på flera sätt. I första hand handlar det om registreringsavgiften för dig som registrerar namnet, men värdet kan också handla om vad domännamnet är värt i ett större perspektiv.

Immateriella tillgångar kopplat till domännamnet (där varumärke, renommé och andra faktorer finns med) och det pris som någon är villig att betala för att köpa ett domännamn från dess ägare bestämmer värdet på en domän när den byter ägare. Givetvis finns det ytterligare omständigheter att ta hänsyn till, exempelvis affektionsvärde. Domännamn som till en början ansågs vara helt meningslösa kan idag vara värda enorma summor. Vad tror du att du skulle behöva betala för att köpa domännamnet Facebook.com eller Skype.se till exempel? Båda namnen var antagligen ganska billiga att köpa eller registrera från början, för att inte säga nästan gratis.

Samtidigt kan värdet av ett domännamn sjunka drastiskt om innehållet som presenteras under det försvinner eller blir inaktuellt. Vem skulle idag satsa på att köpa lunarstorm.se, en sajt som under sina glansdagar hade hundratusentals besökare men som idag är nedlagd? Värdet av ett domännamn varierar således och flera faktorer påverkar dess värdering.

Både den svenska toppdomänen .se och de generiska domännamnen .com och .net går att registrera för en årsavgift på runt hundralappen. Registreringsavgiften ska täcka administrativa och tekniska kostnader men finns också med för att det inte ska gå att "bunkra" upp domännamn genom att registrera tusentals namn helt gratis.

Domäner i andra hand

Trots avgifterna är ändå kostnaden relativt låg för att registrera ett domännamn. Det i kombination med ett allt högre intresse för domännamn gör att en andrahandsmarknad har uppstått. Som vi nämnt tidigare är det inte säkert att den som registrerar ett domännamn får behålla det eller sälja det. Vid en tvist kan det visa sig att en annan aktör med till exempel ett registrerat varumärke har rätt att använda ett visst domännamn, trots att själva registreringen inte gjorts av denne.

Många domännamn är attraktiva och kan inte sägas ha en given ägare. Alltså uppstår en marknad där det ibland kan uppstå stora

9. Så mycket är ett domännamn värt

köpeskillingar för att få tag i ett specifikt domännamn. Ett av de mest kända exemplen i Sverige är när Myndigheten för samhällsskydd och beredskap bildades. Tyvärr hade myndigheten inte tillgång till domännamnet `msb.se` som de helst av allt ville använda för sin nya sajt med information riktad till allmänheten. Från början använde myndigheten `msbmyndigheten.se` som domännamn men resultatet blev att många skickade fel när de skulle kommunicera med personalen via e-post. Lösningen blev att betala 950 000 kronor till det företag i Märsta utanför Stockholm som ägde domännamnet `msb.se` och få loss det för myndighetens räkning.

Däremot är det vanligare att `.com`-domäner omsätter högre belopp då marknaden för generiska domännamn är betydligt större. Det fick det svenska företaget Xcerion erfara.

När Apple ville lansera sin tjänst iCloud köpte de loss domänen `icloud.com` från Xcerion, och rykten säger att köpet kostade Apple 28 miljoner kronor. Xcerion visste naturligtvis vilken köpare de hade att göra med och hur viktigt det var för Apple att kunna använda just `icloud.com` som domännamn. Därför kunde de förhandla fram ett högt pris, men som för Apple antagligen inte sved särskilt mycket i plånboken.

Erfarenheterna säger oss att det är bättre att försöka tänka i förväg och registrera de domännamn man tror sig behöva i framtiden. Då slipper man att hamna i situationer där man tvingas köpa loss domännamn för dyra summor. Tjänster som Google, Flickr, Skype eller Twitter har alla fått sina namn beroende på bristen på självklara domännamn. Istället hittar företaget på ett nytt namn som inte har något värde och laddar det med sitt eget varumärke.

För att köpa ett domännamn som redan är registrerat kan du söka upp vem som äger det via en sökfunktion på iis.se. Ibland står domännamnet registrerat på ett ombud som sköter administrationen av namnet åt en kund. Du kan då kontakta ombudet för att nå fram till den rätta ägaren. Det har även uppstått andrahandsmarknader som till exempel `missdomain.se` där köpare och säljare hittar varandra. Attraktiva domännamn kan också auktioneras ut när det finns intressenter som kan tänka sig att köpa det.

Bluffmakare och fakturaskojare

Den som överhuvudtaget kommit i kontakt med e-post och internet vet att det finns många aktörer med dunkla syften som fyller både e-post-boxar och sajter på webben. När det gäller oseriösa metoder inom domännamnsbranschen handlar det ofta om företag som ringer till intet ont anande företag eller privatpersoner och försöker sälja domännamn. De kan hävda att någon annan gjort en förfrågan om att köpa en domän med företagets namn, fast under en annan topp-

domän, och vill kontrollera om du inte vill köpa även det domännamnet. Det sker ofta under förespeglningen att det är ont om tid och arvodet som tas ut för domännamnsregistreringen är betydligt högre än vad du skulle betalat till en seriös återförsäljare.

En vanlig metod att lura besökare är att registrera snarlika domännamn som kända tjänster eller företag för att på så sätt locka besökare antingen genom att de stavat fel när de skrivit domännamnet eller att de hamnat på sidan av misstag.

Blufffakturor förekommer också. Det innebär att en fakturaskojare håller koll på när olika domännamn går ut och skickar en faktura på förnyelse av domännamnet direkt till en domännamnsägare. Den som äger ett domännamn förnyar endast domänen genom den återförsäljare som den köpt domänen av från första början, men fakturaskojarna utnyttjar ovetskapen och skickar mängder av fakturor med hopp om att några ska gå i fällan.

Det förekommer också att kriminella aktörer ”kidnappar” domännamn och får det att se ut som den vanliga sajten för besökaren. Ofta vill de få besökaren att lämna ifrån sig känslig information på olika sätt. Det finns ett säkerhetstillägg som heter DNSSEC som går att aktivera för ett domännamn och det ska bland annat skydda mot att någon annan kidnappar domänen.

Ett grepp som vi inte sett så mycket av men som spås öka är möjligheten att använda andra alfabet för att efterlikna domännamn. Med hjälp av specialtecken från andra alfabet kan man åstadkomma att det i webbläsarens adressfält ser ut som ett domännamn skrivet med våra vanliga latinska tecken, men egentligen är namnet sammansatt av helt andra tecken – och pekar då förstås också på en annan sajt än den besökaren ville gå till.

IIS har publicerat en särskild guide om domänskojarna och hur du kan skydda dig mot att bli drabbad av deras framfart. Skriften heter ”Stoppa domänskojarna – oseriösa metoder vid försäljning av domännamn och webbplatser” och kan laddas ned.

10. Politiken kring domännamn



....se

Internets natur har alltid varit ett självständigt och icke-politiskt nätverk med global spridning och infrastruktur. Rösterna från politiska aktörer har dock hörts allt högre i utvecklingen och frågan om vem som egentligen styr internet är ganska komplicerad.

Internet har sedan starten varit ett exempel på en nästan organisk organisation som i stort sett varit osårbar tack vare dess tekniska redundans och geografiskt spridda infrastruktur. Domännamnssystemet blir förstås en väldigt viktig faktor för att både kontrollera och överblicka nätets omfattning, och därför blir det också en viktig fråga för politiker och andra makthavare. Dessa har sedan tidigare inflytande över samhället i stor utsträckning, medan "nätsamhället" bildar en ny och mer svårstyrd arena.

Eftersom domännamnssystemet och dess rotsystem har så pass stark ställning blir också kontrollen över detsamma en maktfaktor. Det är lätt att se oron som finns över att internet ska bli ett laglöst land utan möjlighet till vare sig inflytande eller kontroll från de samhällsinstanser som vi skapat för att utöva just det. Och där kanske domännamnssystemet bildar den viktigaste komponenten.

Som vi tidigare berättat har ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) till uppgift att som icke vinstdrivande organisation koordinera alla de aktörer som har intressen i utvecklingen och driften av domännamnssystemet och internets infrastruktur. Det är en uppgift som blivit allt svårare genom åren i takt med att både internetpenetrationen och marknaden för domännamn utvecklats i hela världen, samtidigt som politiska särintressen blivit mer tydliga.

FN anordnade 2003 och 2005 diskussioner kring internetförvaltning under vinjetten World Summit on Information Society (WSIS). Syftet var att ta fram en gemensam och global politik för informationssamhället. Som ett resultat av diskussionerna skapades uppföljningsmöten kallade Internet Governance Forum med syfte att skapa dialog och ökad förståelse mellan internetsamfundet och världens alla regeringar. Samtidigt har organisationen ITU (Internationella Teleunionen) funnits sedan 1865 för att få till en enhetlig användning av telegrafin och telefonin vilket även ligger i linje med utvecklingen av ett gemensamt internet.

Vem som egentligen har makten över internet och beslutar om dess infrastruktur och teknik är en viktig men av förklarliga skäl en

komplikerad fråga. ICANN bildades i USA för att främja styrandet av den globala infrastrukturen för internet utifrån en så kallad "multi-stakeholder model" eller mångfaldsrepresentation. Uppgifterna togs över från den amerikanska regeringen. Tanken är att internet ska styras av det globala internetsamfundet och dess intressenter, som ett alternativ till direkt politisk styrning.

Den senaste tidens utveckling har dock visat att internetutvecklingen i högsta grad blivit politisk. När ICANN godkände skapandet av den nya toppdomänen .xxx, med syfte att samla sajter med porr eller erotikinnehåll, meddelade Indiens regering att de kommer att blockera hela toppdomänen för landets internetanvändare. Samtidigt har överläggningar startats mellan EU och USA:s regering om styrningen av internet vilket helt utelämnar resten av det globala Internetsamfundet. Den amerikanska staten har dessutom börjat stänga sajter med oönskat innehåll genom påtryckningar på registrarer. I Sverige minns många razzian mot den serverhall där fildelnings sajten Pirate Bay hade sina servrar.

Konsekvensen blir att styrningen av internet har gått från att bara handla om infrastruktur till att även handla om vilket innehåll internet har. Det är då som driften av internet politiseras och den ursprungliga modellen med mångfaldsrepresentation förlorar förtroende från de deltagande aktörerna. Flera av varandra oberoende nationer, och med olika agendor, förordar istället något som liknar FN, ett politiskt samfund. IIS har påpekat att risken blir att förtroendet för det mångfaldsrepresenterade ICANN minskar och att utvecklingen av internet drivs med inblandning av de starkaste politiska aktörerna. IIS tidigare policyrådgivare Staffan Jonson varnade i en debattartikel för att det inte är en hållbar modell:

Det kan inte finnas många människor som på allvar tror att ICANN kommer att vara en självständig organisation i framtiden. Med regeringarnas inblandning i ICANN:s styrning har Internetsamfundet förlorat i medbestämmande, och ICANN har politiserats med en permanentad politisk överrock, som när det passar går in och styr upp verksamheten. Det är inte en hållbar modell. Även Sveriges regering behöver tänka om sin ståndpunkt här. Vargen har alltså redan kommit, fast från ett helt annat håll än väntat.

Domännamnet som politiskt instrument

Det finns gott om exempel på mindre seriösa aktörer som använt felstavade eller snarlika domännamn för kriminella syften. Vad som kanske inte är lika vanligt är att använda domännamnet för politisk opinionsbildning, men Pontus Löf lyckades under valrörelsen 2010 få sin sajt Sverigedemokraterna.de att hamna högre än partiets egna sajt Sverigedemokraterna.se vid en sökning på partinamnet i Google.

Under våren 2010 lanserades sajten med anonym avsändare och snabbt blev den uppmärksammas som ett udda inslag i valrörelsen. Att driva en kampanj med Google som verktyg var något nytt, och Sverigedemokraterna försökte även stoppa sajten med hänvisning till varumärkesintrång, något som man dock inte lyckades med.

Pontus Löf pekade på hur sociala medier spelade en stor roll i att nå ut till många människor, och fick många att länka till sidan vilket skapade en högre ranking hos Google.

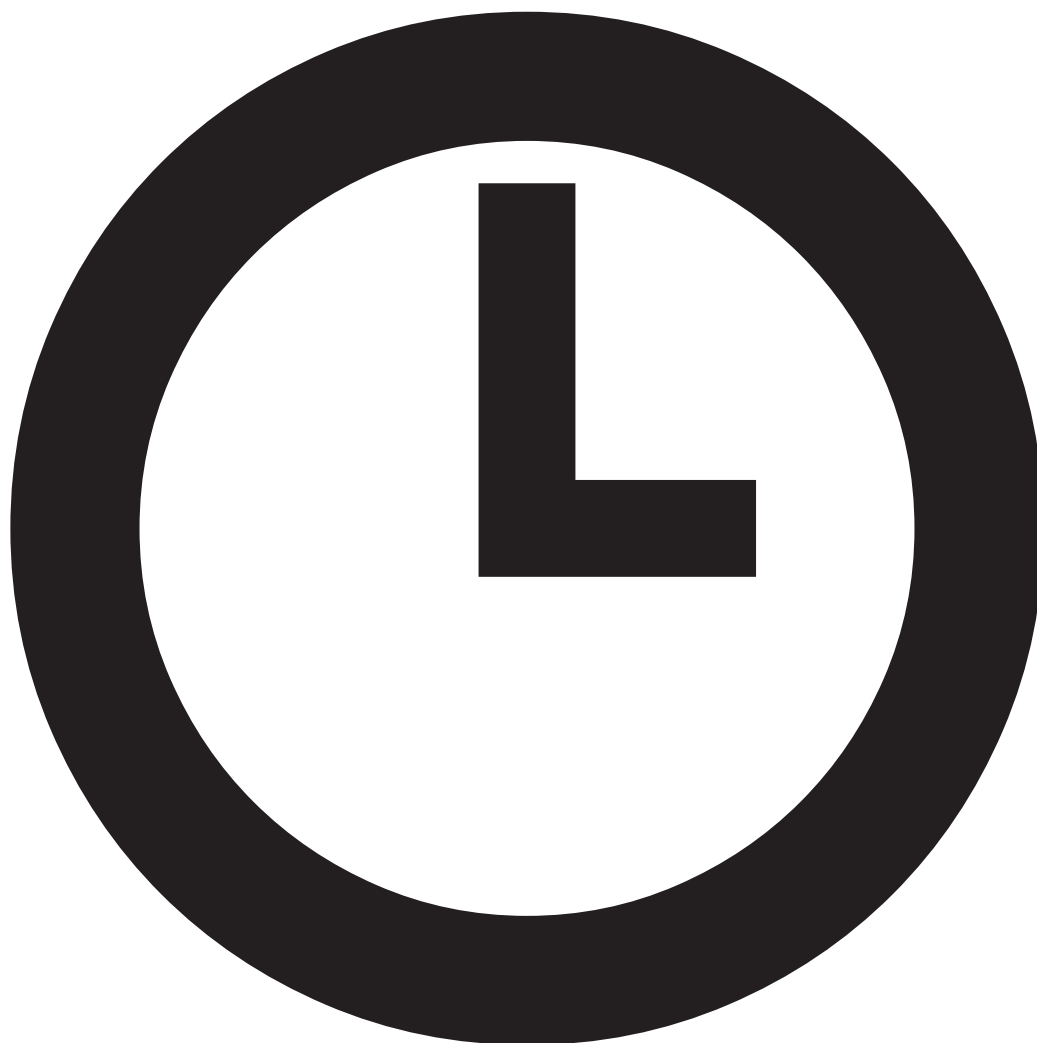
Nikke Lindqvist, en konsult inom sökmotoroptimering, hjälpte Pontus Löf att optimera sin sajt. Kortfattat fanns tre orsaker till att Pontus Löf lyckades hamna högre än Sverigedemokraternas egen sajt på Google.

1. Sverigedemokraterna själva gjorde en mängd sökmotorrelaterade misstag sedan de upptäckte den kritiska sajtens aktiviteter. De raderade bland annat viktigt material som gjorde att deras egen sajt förlorade i ranking hos sökmotorerna.
2. Sverigedemokraterna.de fick mycket uppmärksamhet från både traditionella medier som SvD och DN samt mängder av bloggar och andra sociala medier. Många länkade till sajten vilket bidrog till en högre ranking hos Google.
3. Sajten som sådan var tekniskt optimerad för att ranka högt hos Google, något som Pontus Löf alltså fick hjälp med från experter på området.

Historien med Sverigedemokraterna.de är ett exempel på ett udda sätt att driva opinion, samtidigt som frågan bör ställas hur de demokratiska processerna påverkas av tekniska framsteg. Är det okej att partier knuffas bort ur sökresultatet genom aktiv sökmotoroptimering från oppositionen? Hade reaktionerna varit likadana om det hade varit Moderaterna som lyckats få deras egen sajt att hamna högst på Google vid en sökning på Socialdemokraterna?

Pontus Löf bedrev en teknisk kampanj genom sitt aktiva arbete med Google-optimering. Samtidigt blev sajten med tiden mer informationsrik och seriös rent innehållsmässigt, vilket inte riktigt var fallet från början. Man kan säga att sajten gick från att vara en experimentsajt vars enda syfte var att testa om det gick att slå Sverigedemokraterna vid Googlesökningar, till att bli en aktiv röst i den politiska debatten.

11. Framtiden för domännamnet



Kommer alla människor att ha ett eller flera personliga domännamn i framtiden och kommer det ses som en självklarhet i stil med personnummer? Kommer vi att titta tillbaka på internethistorien om ett antal år och konstatera att domännamnssystemet var en tillfällig fas i internetutvecklingen, sedan länge ersatt av andra navigations- och identitetsmetoder?

Ingen kan svara helt säkert på de båda frågorna, som dessutom är beroende av många faktorer, både politiska och tekniska. Men helt klart pågår en spännande fas i domännamnshistorien. ICANN:s beslut att tillåta registrering av domänsuffix i stil med .sverige eller .stockholm som nya toppdomäner har potential att förändra mycket, men ännu har de nya domänerna inte gjort särskilt starka avtryck.

Internet har skapat ett globalt samhälle med allt vad det innebär av förändrade villkor för lagstiftare, upplösning av nationsgränser och möjligheter för människor att kommunicera på fler nivåer och sätt än tidigare. De sociala medierna har gjort det lättare för oss att knyta samman våra nätverk av vänner och kontakter och dessutom skapat nya mötesplatser. Och det är också bland sociala medier som Facebook, Twitter eller Instagram som de flesta människor publicerar sig online, snarare än under ett eget domännamn.

Samtidigt har antalet registrerade domännamn ökat stadigt hela tiden och bara under den svenska toppdomänen .se finns det i dagsläget finns runt 1,4 miljoner domännamn registrerade. Idag spelar domännamnet ofta rollen som förtroendeskapare. Det är helt enkelt mer seriöst att få e-post från `fornamn.efternamn@exempel.se` jämfört med `crazydog88@hotmail.com`. Samma sak gäller webbplatser och bloggar.

Avsändaren får större tyngd med ett eget domännamn och ett eget domännamn är också en viktig aspekt av oberoende på nätet. Genom en egen domän kan du använda vilka verktyg, tjänster eller leverantörer du vill och flytta med dig din identitet vid eventuella byten.

När det gäller att ha tillgång till och äga sin egen information känner många en större trygghet i att publicera information under en egen domän. Samtidigt finns en parallell trend där allt mer information läggs upp på nätet istället för på lokala servrar, vilket gör att kraven på säkerhet höjs.

Det sociala sökandet

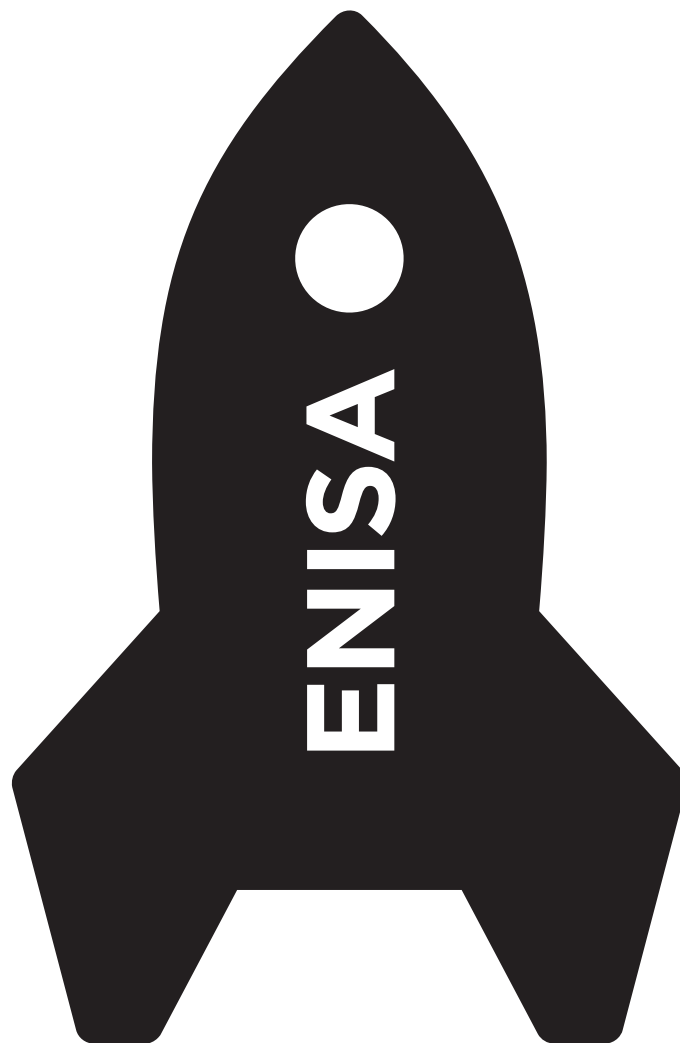
Idag går det inte att surfa på internet eller använda e-post utan att besöka eller använda sig av domännamn, oavsett om det är ditt eget eller inte. Även om du söker fram en sida via till exempel Google kommer du ändå att hamna på ett domännamn någonstans. Vad som även ökar i betydelse är de sociala aspekterna av nätet.

I framtiden kommer antagligen personliga rekommendationer från dina egna vänner och nätverk att ha större inflytande på till exempel sökresultat eller hänvisningar till olika sidor. Det tydligaste exemplet på detta är Facebooks delnings- och gilla-funktioner, som de senaste åren blivit viktiga mått för att se hur populär en text är på internet.

En faktor som kan ha bidragit till att domännamnet tappat något i betydelse de senaste åren är att de stora webbläsarna slagit samman den traditionella sökrutan med webbadressfältet, en förändring som initierades av Googles webbläsare Chrome, tveklöst med syftet att öka antalet sökningar. När det går lika snabbt att söka fram ett domännamn som att skriva in det korrekt i webbläsaren kanske inte det exakta domännamnet spelar lika stor roll längre? Det skulle kunna leda till att behovet av specifika domännamn med attraktiva namn eller ord minskar, men att statusen för domännamn generellt bibehålls, eftersom alla sajter måste ha ett namn. Men som vi nämner ovan har även vissa domännamn ett högre förtroende. Om du ska logga in på en banktjänst väljer du antagligen hellre seb.se än seb37serviceadmin.se.

Visionen om domännamnet som vår digitala identitet är beroende av enkel och tydlig hantering kombinerat med ett högt förtroende från användare och allmänhet. Den svenska toppdomänen har vuxit sig stark och blivit en självklarhet för de flesta företag, myndigheter och organisationer. Men det återstår att se om även privatpersoner och småföretag upptäcker fördelarna och styrkan i att samla sin webbnärvaro under ett tak.

12. Domänrymdens aktörer



Förutom IIS och ICANN finns det många andra organisationer och föreningar som alla arbetar för utvecklingen av internet i Sverige och världen. Här är en lista med några av de viktigaste aktörerna.

ISOC

Internet Society, ISOC, är en ideell förening som bildades 1992, med säte i USA. ISOC arbetar både med internets teknik och påverkan på samhället. En viktig del av ISOC:s tekniska arbete handlar om att utveckla internets ”arkitektur” och tekniska standarder för nätet. Det sker bland annat genom att ISOC är organisatorisk värd för de grupper som svarar för utveckling av protokoll och standarder för internet, till exempel Internet Engineering Task Force (IETF). Den svenska avdelningen ISOC-SE har utsett två styrelseledamöter i IIS styrelse, bland annat utser föreningen IIS:s styrelseordförande.

IETF

Internet Engineering Task Force, IETF, är i formell mening inte en organisation, utan snarare en process med ett antal förhållningsregler. Syftet med processen är att utarbeta standardiseringsdokument kring internet. Dessa publiceras som så kallade RFC (Request for Comments). Det mesta arbetet sker via e-postlistor, men sedan 1986 anordnas fysiska möten tre gånger per år. IIS var värd för det 75:e mötet som arrangerades i Stockholm sommaren 2009. De beslut som IETF:s arbetsgrupper fattar, liksom andra förslag till RFC:er granskas av Internet Engineering Steering Group, IESG.

IAB

Internet Architecture Board, IAB, är ISOC:s rådgivande organ i tekniska frågor och har som uppdrag att se till helheten när det gäller internets utveckling. The Internet Research Task Force, IRTF, som rapporterar till IAB, har som uppgift att bedriva långsiktig grundforskning inom internetområdet.

RIPE

Réseaux IP Européens, RIPE, är en samarbetsorganisation (Regional Internet Registry, RIR) för internetoperatörer i Europa, övriga delar av det forna Sovjetunionen, västra delen av Asien till och med Afghanistan, samt Afrika norr om ekvatorn.

RIPE syftar till att samordna arbetet så att internets europeiska del fungerar effektivt. Internetvärlden är globalt uppdelad i fem geografiska administrativa områden, så kallade RIR:ar. Motsvarigheter finns i Nordamerika, Sydamerika, Asien och Afrika. För dessa fem är den överordnade instansen ICANN. De underordnade instanserna för en RIR är Local Internet Registries (LIR) vilka är medlemmar i en RIR. RIPE och övriga tilldelas IP-adresser för sitt område via The Internet Assigned Numbers Authority, IANA, och fördelar i sin tur till lokala registryn (LIR) att fördela IP-adresser till slutanvändarna.

IANA

IANA är den del av ICANN som har det tekniska ansvaret för den globala tilldelningen av IP-adresser och som hanterar drift och administration av rotzonen för domännamssystemet.

IGF

The Internet Governance Forum, IGF, etablerades av FN i mitten av 2006. IGF är ett forum för diskussioner kring policyfrågor vad gäller internet, som är öppet för alla intressenter med syfte att främja den internationella utvecklingen och minska klyftorna när det gäller tillgång till internet i världen. Vid IGF:s senaste årliga sammanträde, som hölls i Brasilien i november 2015, behandlades bland annat nätaspekter på frågor som säkerhetsarbete, ekonomi, mångfald och mänskliga rättigheter.

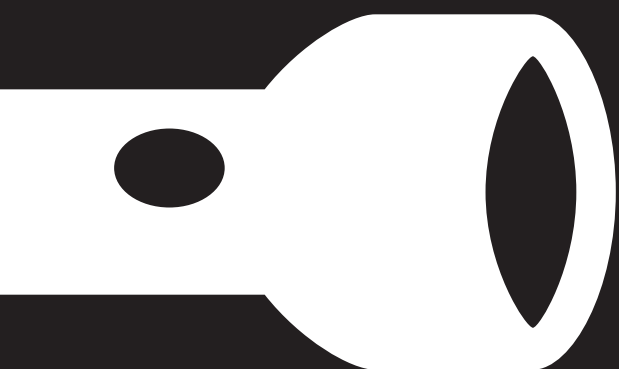
ENISA

Enisa, den europeiska byrån för nät- och informationssäkerhet, inrättades 2004 och är ett expert- och kompetenscentrum för informationssäkerhetsfrågor. Det är en EU-myndighet med säte på Kreta i Grekland som har till uppdrag att öka unionens och medlemsstaternas, och därigenom även näringslivets, förmåga att förebygga, åtgärda och lösa problem som rör nät- och informationssäkerhet. Enisa ger råd till EU-kommissionen och Europaparlamentet i nät- och informationssäkerhetsfrågor.

CENTR

Ett annat samarbete där IIS är involverade sker inom Council of European National Top Level Domain Registries, CENTR, där nationella toppdomäner sedan 1998 har samarbetet framför allt kring tekniska och juridiska frågor. Organisationen har europeiskt fokus, men flera nationella toppdomäner utanför Europa är också medlemmar.

Mer info och kontakt



Det finns utförligare läsning om domännamn på IIS webbplats www.iis.se/domaner. Där kan du även kolla om en .se-domän är ledig, finna rätt registrar, och en hel del annat. Om du har frågor kring våra Internetguider kan du mejla publikationer@iis.se.

Tack till

Många källor och kunniga personer har varit behjälpliga under arbetet med den här guiden. Ett särskilt varmt tack riktas till:

IIS, ICANN, PRV, Internetworld, TechWorld, IDG, Loopia, Binerio, Registrars.se, World Internet Institute, ISOC-SE, InterNIC

Lennart Bonnevier, IIS
Staffan Jonson
Jonathan Sulo, FS Data
Annika Lidne, Dramatify/Disruptive Media
Claes Magnusson, Malmö Yrkehögskola
Nikke Lindqvist, SEO-expert/Carnaby
Joakim Jardenberg, senior rådgivare och affärsängel

Fredrik Wass

Fredrik Wass är en digital strateg med en bakgrund som journalist och bloggare. Han har jobbat för de flesta svenska mediehus och har bevakat den svenska internetscenen under många år. Tidigare har han arbetat som konsult med fokus på redaktionell kommunikation på byråer som Intellecta och som krönikör för Dagens Industri.



Foto: Erika Gerdemark CC BY-NC-SA

Daniel Åberg

Daniel Åberg arbetar sedan slutet av 1990-talet som journalist. Han jobbade i många år på nyhetsbyrån TT, men är sedan ett antal år frilansjournalist med bevakningsområden som IT, teknik samt kultur och nöje, med ett flertal uppdragsgivare inom såväl dags- som branschpress. Han är även verksam som skönlitterär författare.



Foto: Sara Arnald CC-BY ND

Domännamn

Allt du vill veta om din adress på nätet

IIS internetguide, nr 24. 2016.

Fredrik Wass och Daniel Åberg

Texten skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande 2.5 Sverige.



Illustrationerna skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande-Icke-Kommersiell-IngaBearbetningar 2.5 Sverige.



Läs mer om ovanstående villkor på <http://www.creativecommons.se/om-cc/licenserna/>

Vid bearbetning av verket ska IIS logotyper och IIS grafiska element avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commons-licensen enligt ovan.

IIS klimatkompenserar för sina koldioxidutsläpp och stödjer klimatinitiativet ZeroMission.

Författare: Fredrik Wass och Daniel Åberg

Redaktör: Hasse Nilsson

Projektledare: Jessica Bäck

Formgivning: AGoodId

ISBN: 978-91-7611-685-2

Vi driver internet framåt! IIS arbetar aktivt för positiv tillväxt av internet i Sverige. Det gör vi bland annat via projekt som samtliga driver utvecklingen framåt och gynnar internetanvändandet för alla. Exempel på pågående projekt är:

Bredbandskollen

Sveriges enda oberoende konsumenttjänst för kontroll av bredbandsuppkoppling. Med den kan du på ett enkelt sätt testa din bredbandshastighet.

www.bredbandskollen.se

Internetdagarna

Varje höst anordnar vi Internetdagarna som är Sveriges ledande evenemang inom sitt område. Vad som för tio år sedan var ett forum för tekniker har med åren utvecklats till att omfatta samhällsfrågor och utvecklingen av innehållet på internet. www.internetdagarna.se

Internetfonden

Hos Internetfonden kan du ansöka om finansiering för fristående projekt som främjar internetutvecklingen i Sverige. Varje år genomförs två allmänna utlysningar, en i januari och en i augusti. www.internetfonden.se

Internetguider

IIS publicerar kostnadsfria guider inom en rad internetrelaterade ämnesområden, som webb, pdf eller i tryckt format och ibland med extramaterial.

Internetstatistik

Vi tar fram den årliga, stora rapporten "Svenskarna och internet" om svenskarnas användning av internet och dessemellan ett antal mindre studier.

Webbstjärnan

Webbstjärnan är en skoltävling som ger pedagoger och elever i den svenska grund- och gymnasieskolan möjlighet att publicera sitt skolarbete på webben. www.webbstjarnan.se

Internetmuseum

I december 2014 lanserade IIS Sveriges första digitala internetmuseum. Internetmuseums besökare får följa med på en resa genom den svenska internethistorien. www.internetmuseum.se

Federationer

En identitetsfederation är en lösning på konto- och lösenordshanteringen till exempel inom skolans värld eller i vården. IIS är federationsoperatör för Skolfederation för skolan och Sambi för vård och omsorg. www.iis.se/federation

Internets infrastruktur

IIS verkar på olika sätt för att internets infrastruktur ska vara säker, stabil och skalbar för att på bästa sätt gynna användarna, bland annat genom att driva på införandet av IPv6. www.iis.se

Sajtkollen

Sajtkollen är ett verktyg som enkelt låter dig testa prestandan på en webbsida. Resultatet sammanställs i en lättbegriplig rapport. www.sajtkollen.se

Läs mer på nätet redan idag! På Internetguidernas webbplats hittar du mängder av kostnadsfria publikationer. Du kan läsa dem direkt på webben eller ladda ner pdf-versioner. Det finns guider för dig som vill lära dig mer om webbpublicering, omvärldsbevakning, it-säkerhet, nätets infrastruktur, källkritik, användaravtal, barn och unga på internet, digitalt källskydd och mycket mer.

Nya Internetguider!



Skydda dig mot bedragare

Nätffiffel, bluffakturor och vilseledande försäljning

Av: Anders Nyman

Internet och telefoni skapar fantastiska möjligheter för köpare och säljare att interagera. Den här guiden handlar om myntets baksida, bedragarna som utnyttjar nätets möjligheter för att lura dig för deras egen vinning. I guiden tar vi upp bedragarnas metoder, vad du som privatperson kan råka ut för och vad du bör se upp med. Viktigast av allt: du får reda på dina rättigheter och hur du skyddar dig om du blivit lurad. Ta del av drabbades berättelser och gå igenom checklistorna så att du blir säkrare när du använder internet för att köpa produkter och tjänster i vardagen. Guiden är producerad i samarbete med Polisen.



Stoppa domänskojarna!

– oseriösa metoder vid försäljning av domännamn och webbplatser

Av: Anders Nyman

Guiden förklarar på ett lättbegripligt sätt vad domännamn är, hur du väljer ut och registrerar ett eget, och hur bedragare och oseriösa företag försöker tjäna pengar på dig. Du får också veta hur du ska skydda dig, och vilka rättigheter du har om du luras att ingå ofördelaktiga avtal. Guiden riktar sig främst till företagare, men även som privatperson kan du ha stor nytta av innehållet.