

# Lexikon des Online- und Mobile Marketing I Grohs**FORMAT**

---

Was Sie schon immer über Online- und Mobile Marketing wissen wollten.

Begriffe, über die Sie täglich stolpern – zum Ausdrucken, Nachlesen, Lernen.

## Inhalt

A/B-Test.....	5
Ad Impression.....	5
AdClick.....	5
AdServer.....	6
Add-Ons.....	6
Advertorial.....	6
AI: Artificial Intelligence.....	6
Average Visit Duration.....	7
Affiliate.....	7
Affinitätsindex.....	7
AIDA.....	7
Awareness.....	7
Backlink.....	8
Banner.....	8
Barter.....	8
Bandbreite.....	8
Beacons.....	9
Benefit.....	9
Best Ager.....	9
Blog.....	9
Bluetooth.....	9
Bookmark.....	10
Bot.....	10
Bounce.....	10
Briefing.....	10
Browser.....	11
CSS - Cascading Style Sheets.....	11
CTR - Click-Through Rate.....	11
CMS - Content Management System.....	11
Community.....	12
Connect Time.....	12
Conversion.....	12

Conversion Rate .....	12
Cookies .....	12
Corporate Design.....	13
CPC – Cost per Click.....	13
CPI – Cost per Interest.....	13
CPO – Cost per Order .....	13
CPM – Cost per Thousand Impressions .....	13
Crawler .....	14
CRM – Customer Relationship Management.....	14
Cross Media .....	14
Cross-Selling .....	14
Customer Lifecycle .....	14
Data Mining .....	15
Data Mining speziell im IoT .....	15
Deep Learning.....	15
Download .....	15
E-Billing.....	15
E-Business.....	16
E-Commerce .....	16
E-CRM .....	16
EIAA- European Interactive Advertising Association.....	16
E-Mailmarketing .....	16
Emoticons.....	16
Entrypoint.....	17
ERP – Enterprise Resource Planning.....	17
Exit Point.....	17
FAQ - Frequently Asked Questions.....	17
Firewall .....	17
First Mover, Early Adopter .....	18
Funnel-Marketing.....	18
Freeware.....	18
FTP – File Transfer Protocol.....	18
gif .....	19
Guerilla Marketing.....	19
Helpdesk.....	19
Hit .....	19
Host .....	19
Hotline .....	20
HTML .....	20
HTTP .....	20
Hyperlink .....	20
Interaktion.....	20
Interstitials.....	20
IoT Internet of Things .....	21
IP – Internetprotokoll .....	21
ISP - Internet Service Provider.....	21
iTV – interaktive TV – Smart TV.....	21

Java .....	21
Javascript.....	22
JPG .....	22
Junk Mail, SPAM.....	22
Kampagne.....	22
Keyword.....	22
Launch .....	22
Lead .....	23
Leadgenerierung.....	23
Likeability.....	23
Logfile .....	23
Loyalitätsprogramm .....	23
Mailing.....	23
Mailinglist.....	23
M-Commerce - Mobile Commerce.....	24
Meinungsbildner, Influencer .....	24
Multichannel .....	24
Multiplikator.....	24
Navigation .....	24
Netiquette .....	24
Newsgroups.....	25
Newsletter .....	25
NFC - Near Field Communication .....	25
Offline .....	25
One-to-One-Marketing.....	25
Online-Community .....	25
Onlinekampagne .....	26
Onlinewerbung.....	26
Opt-In .....	26
Opt-Out.....	26
Pay per Click .....	26
Pay per View.....	26
Pay per Visit.....	27
Permission - Permission Marketing.....	27
Personalisierung .....	27
Pingback .....	27
Plug-in.....	28
PNG – Portable Network Graphics .....	28
Profiling .....	28
Pull Marketing .....	28
Push Marketing .....	28
Reporting.....	28
Responsive Design.....	29
Robots.....	29
RSS .....	29
RSS-Feed.....	29
Searchengine .....	29

SEA: Search Engine Advertising .....	30
SEM: Search Engine Marketing .....	30
SEO - Search Engine Optimization.....	30
SERP - Search Engine Result Page .....	30
Social Networks.....	30
SPAM .....	30
Special Interest Medien.....	31
Subscribe .....	31
Suchmaschine.....	31
Tag .....	31
Targeting.....	31
Teaser .....	31
Testimonial .....	32
Threads.....	32
TKP .....	32
Trackback.....	32
Tracking, User Tracking .....	32
Traffic.....	33
UID - User Interface.....	33
URL – Universal Resource Locator.....	33
Usability.....	33
USP – Unique Selling Proposition.....	33
UX - User Experience .....	34
Videostream .....	34
Virales Marketing .....	34
VoIP – Voice over IP.....	34
WebSite .....	35
WebSite Promotion .....	35
Wording.....	35

## A/B-Test

Die Möglichkeit, mehrere Varianten eines werbewirksamen Merkmals (z.B. das Bild einer Landing-Page, die Betreffzeile eines Newsletters oder den Button in einem Werbe-Banner ...) zu testen.

Das geschieht mit Hilfe von Tools, die heutzutage keine nennenswerten technischen Fähigkeiten verlangen und sehr kostengünstig verfügbar sind.

Der Vorteil von A/B-Tests ist, dass man mit relativ wenig Aufwand die wirkungsvollere Variante ermitteln und somit das erfolgreichere Projekt durchführen kann.

Im Gegensatz zu einem multivariaten Test (googeln!) kann bei einem A/B-Test jedoch immer nur ein (!) Element zur gleichen Zeit getestet und evtl. verändert werden.

## Ad Impression

abgekürzt "AI" (nicht verwechseln mit „Artificial Intelligence“!), auch "Sichtkontakte" oder "Ad Views"

Beschreibt, wie oft eine Online-Werbung auf einem Endgerät angezeigt wurde.

300 Ad Impressions bedeuten, dass z.B. ein Werbebanner im Beobachtungszeitraum 300 Mal angezeigt wurde (was nicht zwangsläufig bedeutet, dass die User den Banner auch wahrgenommen haben!).

Es wird dabei kein Unterschied gemacht, ob unterschiedliche User erreicht wurden oder nicht. Bei 300 Ad Impressions könnte es also sein, dass 300 unterschiedliche Personen den Banner je 1 Mal gesehen haben oder 150 User je 2 Mal.

Ad Impressions sind die Hauptwährung im Bereich Online-Werbung. Nach ihnen wird am häufigsten abgerechnet, siehe dazu auch TKP.

## AdClick

Gibt die Zahl der Klicks auf einen Werbelink (Link, Banner etc.) an, der zur Website oder Informationen des Werbungstreibenden führt.

Diese Anzahl wird auch als ClickRate bezeichnet, (heute) auch als ? Click-Through Rate.

## AdServer

Bannermanagementsystem für einheitliche Banner-Kampagnensteuerung auf verschiedenen Websites.

Der Server speichert und verwaltet die verschiedenen Banner von Werbekunden. Wird v.a. von Online-Mediaagenturen eingesetzt.

## Add-Ons

„Zusätze“ (Umfragen; Special-Interest-Infos ...)

Add-ons werden auf der Homepage hinzugefügt, um sie interessanter und attraktiver zu machen. Sie müssen nicht fixer Bestandteil der Website sein. Beispiele sind Gewinnspiele, Videostreams etc.

## Advertorial

(Wortkreation aus "Advertisement" und "Editorial"):

Eine Werbeanzeige in einem Newsletter oder auf einer Website, die für den Leser auf den ersten, flüchtigen Blick so aussieht, als wäre sie ein redaktioneller Beitrag. Meist als Text-Bild-Anzeige, in ein bestimmtes (redaktionelles) Themenumfeld eingebunden.

Inhalte werden bewusst so in eine Site eingebaut, dass sie für den User auf den ersten Blick nicht als Werbung erkennbar sind.

Achtung: Genauso wie im Print-Bereich muss kommerzielle Werbung auch im Internet als solche erkennbar sein, d.h. Werbung muss entweder sofort erkennbar sein oder vom redaktionellen Inhalt getrennt und als Werbung gekennzeichnet werden (Trennungs- und Kennzeichnungsgebot).

Beispiel auf facebook: „Vorgeschlagener Beitrag“

## AI: Artificial Intelligence

Die Automatisierung von menschlichem „intelligenten“ Verhalten.

Teile davon sind Machine Learning, Robotik, Muster- oder Spracherkennung, künstliche neuronale Netze (KNN) (Deep Learning). Auch: KI = Künstliche Intelligenz

## Average Visit Duration

die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Users auf einer Website in Sekunden

## Affiliate

Fremder Content wird auf einer Website gezeigt.

Affiliate Marketing, Affiliate Commerce: wenn jemand eine Verkaufsplattform erstellt, deren Produkte "affiliate" von anderen Verkaufsplattformen (und somit von einem anderen Server, von einem anderen CMS und einem anderen Content-Ersteller als dem Websitebetreiber) kommen. Stellen Sie sich vor, Sie stellen einem Anderen einen vordefinierten Platz auf Ihrer Website zur Verfügung, die dieser "bespielen", befüllen darf.

Beispiel: Börsenkurse auf einer Banken-Website (kommen vom Datenanbieter), Produktangebote von Amazon in einem Shop. vergl. Amazon Affiliate Program.

## Affinitätsindex

Setzt die Reichweite eines Mediums in der definierten Zielgruppe in ein Verhältnis zur Reichweite des Mediums in der Gesamtbevölkerung.

Ein Index über 100 kennzeichnet eine gute Abdeckung in der Zielgruppe.

## AIDA

Attention – Interest – Desire – Action. Darstellungsmodell für Kaufaktion:

Kunde wird auf Angebot aufmerksam (Attention) – interessiert sie näher dafür (Interest) – findet das Produkt gut und wünscht es sich (Desire) – und kauft es letztendlich (Action).

## Awareness

Gibt an, wie stark ein Produkt bei den Verbrauchern im Bewußtsein verankert ist (Umfragen, Nutzung, Suche).

## Backlink

Ein Link, der von einer anderen Website auf die eigene Site gesetzt wurde, "Rückverweis". Die meisten Suchmaschinen gehen davon aus, dass eine Website mit vielen Backlinks wertvoller ist als eine andere Website mit weniger Backlinks, v.a. wenn die Backlinks von thematisch passenden hochwertigen Websites stammen. Hier wird die Anzahl und Beschaffenheit der Rückverweise als Maß für die Linkpopularität oder Wichtigkeit einer Webseite verwendet.

## Banner

auch "Werbe-Banner" oder "Online-Banner". Ein grafisch gestalteter, animierter oder statischer Balken.

Durch Anklicken verbindet ein Hyperlink den Besucher auf das jeweilige Online-Angebot. Ein Banner ist ein Werbemittel, das vor allem auf Medien-Seiten oder in Newslettern zum Einsatz kommt.

Im Vergleich zur Print-Werbung können sie zum einen animiert und interaktiv programmiert und zum anderen auch angeklickt werden, um somit den Interessenten direkt zum eigenen Angebot (Landing-Page) zu führen.

Banner-Werbung wird zumeist nach dem TKP-Modell abgerechnet.

Z.B. bedeutet ein TKP von 25,- , dass für je 1.000 Bannereinblendungen (Ad Impressions) EUR 25,- verrechnet werden.

## Barter

engl. Bezeichnung für "Tauschgeschäft"

## Bandbreite

Datenübertragungsrate. Datendurchsatzrate.

Die Menge an Daten, die innerhalb einer definierten Zeiteinheit vom oder ins Internet übertragen werden.

Heute: in „(Million Bits bzw.) Megabits per second“: Mbps oder MB/s.

„Wie stark ist meine Internetleitung“. Stellen Sie sich einen Gartenschlauch vor, durch den Wasser spritzt - ein dicker Schlauch spritzt mehr Liter pro Sekunde als ein dünner.



## Beacons

Das Internet der Dinge setzt sich aus einer Hardware- und einer Software-Ebene zusammen: Sie brauchen dazu Hardware (Handy, Computer, Tablet, oder ein "Interface" = ein programmierbares Teil, das misst und die entsprechenden programmierten Befehle ausführt.

Sensoren geben der physischen Umwelt die Augen und Ohren, mit deren Hilfe sich Daten sammeln und analysieren lassen. Via Bluetooth können die kleinen Sender beispielsweise im Einzelhandel den vorbeigehenden prospektiven Kunden Nachrichten oder Rabatt-Codes auf das Smartphone senden.

## Benefit

Ist ein Vorteil, der dem Benutzer eines Produktes geboten wird. Meistens hat er mit dem eigentlichen Produkt gar nicht zu tun.

## Best Ager

Eher willkürlich von der Werbewirtschaft festgesetzter Begriff für die Käuferschicht im Alter ab 50 Jahren und vor der Pensionierung.

## Blog

Blogs sind persönliche Internetmagazine, Tagebücher, Logbücher, in denen Themen, Gedanken, Geschichten, Vorgänge individuell kommentiert und verlinkt werden. Inzwischen auch als Nachrichtenbörse geschätzt, da hier regelmäßig Informationen von vielen tausenden Leuten gesammelt und kommentiert werden.

## Bluetooth

Funkstandard zur drahtlosen Datenübertragung zwischen zwei Geräten.  
Anwendungsbeispiele: Freisprecheinrichtung im Auto, drahtlose Übertragung von einer Soundquelle (Handy, Computer, Tablet) zu einem „wireless Lautsprecher“.

## Bookmark

auch "Favorit" oder "Lesezeichen". Ermöglichen es dem User, oft angewählte Internetadressen in einem bestimmten Bereich des Browsers abzuspeichern. Anstatt die gesamte Internetadresse einzugeben, kann diese Seite dann per Mausklick über ein Menü abgerufen werden.

## Bot

Ein Bot ist ein Programm/ Script und bearbeitet weitgehend automatisiert sich wiederholende Aufgaben.

Beispiele: Webcrawler, Terminfindungs-Assistenten, „automatisierte“ Auskünfte. Social Bots und Chatbots kommen hauptsächlich im Customer Service oder im Marketing zum Einsatz und werden gerade in ihrer „Kommunikationsfähigkeit“ (? Deep Learning, Artificial Intelligence) getestet.

## Bounce

Ein Begriff aus der Webanalyse. "Absprung", "One-Page-Visit": Ein Bounce bedeutet, dass der Besucher die Website auf genau der Einstiegs-Seite wieder verlassen hat, ohne eine weitere Seite der Website zu betrachten.

Bei einem Bounce ist also die Einstiegs-Seite identisch mit der Ausstiegs-Seite (und die Kennzahl "Seitenaufrufe/ Besuch" ist: 1).

In der Praxis wird meist der relative Begriff der Bounce-Rate (Web-Analyse) verwendet, weil er normalerweise aussagekräftiger ist als die absolute Anzahl an Bounces.

## Briefing

Bei einem Briefing werden vom Auftraggeber für den Werber alle relevanten Daten und Rahmenbedingungen für eine Aufgabensellung in Kurzform dargestellt.

## Browser

Englisch für "to browse = grasen, schmökern".

Software, die (im regelm. Sprachgebrauch) von Servern im Internet Informationen abrufen und darstellt/ anzeigt.

z.B.: Internet Explorer, MSEdge, Firefox, Netscape, Opera, Chrome.

Achtung: „to browse“: „anzeigen“. So gesehen hat auch word, xls, windows, jedes Programm einen Browser, eine spezifische Anzeige, also einen eigenen Browser.

## CSS - Cascading Style Sheets

CSS ist eine Definitionssprache, die für jeden HTML-Tag eigene Formatierungen erstellen und anwenden kann.

Eine Art „Schablone“ für die Website-Darstellung, „Spielregeln“ für die Anzeige (z.B. „jede Ü1 ist 14 pt groß und fett und in schwarzem Arial“).

## CTR - Click-Through Rate

Die CTR beschreibt das Verhältnis der Click-Throughs zu AdImpression bzw. AdViews und ist somit ein wichtiges Kriterium für die Effizienz von Online Werbung. "Wie viele von denen, die z.B. den Banner gesehen haben, haben auch draufgeklickt?"

Achtung! Die Click-Through-Rate misst nicht Awareness, Kommunikationsleistung, Image und Likeability.

## CMS - Content Management System

Ein meist datenbankgestütztes System, das die Erstellung, Pflege und Verwaltung der Web-Inhalte einer oder mehrerer Sites unterstützt.

Ein CMS „managt“ die Inhalte in der Datenbank, schickt sie bei einem Aufruf durch das CSS, damit sie dann im Browser dargestellt werden.

## Community

Engl. für "Gemeinschaft".

Als Community wird eine Gruppe von Internet-Usern bezeichnet, die das Interesse an einem Thema oder an einer Website gemeinsam haben, was sie dazu anregt, miteinander zu kommunizieren.

z.B.: Gruppen in WhatsApp, die Community der Programmierer ...“

## Connect Time

Die Verweildauer, die der User online im Internet verbringt.

## Conversion

vergl.: „konvertieren“: einen Nicht-Kunden zum Kunden machen, einen Nicht-User zum User machen, einen nicht-loyalen Kunden zum loyalen Kunden machen.

Nicht vergessen: Moments of Truth, Customer Lifecycle

## Conversion Rate

Anteil der auf eine Onlinewerbung klickenden Websitebesucher, die zu Käufern gemacht, konvertiert werden.

Beispiel: 500 Interessenten haben die Website besucht, 100 davon kaufen ? Conversion-Rate = 20%.

## Cookies

kleine Dateien, die eine Identifikation des Users beim neuerlichen Besuch der Webseite möglich machen, mit dem Ziel von z.B. persönlicher Begrüßung (Amazon, selbst nicht eingeloggt!), Tracking ("Nachverfolgen", von welcher Website der User gerade kommt, wo er innerhalb der Website hinsurft, von wo er wieder abspringt).

## Corporate Design

Die Gestaltung eines charakteristischen und durchgängigen Unternehmens-Erscheinungsbildes.

Im Corporate Design werden neben Logos, Farben und Schriftfestlegungen vor allem Gestaltungsprinzipien für deren Anwendung definiert.

Relation zum CSS?

## CPC – Cost per Click

Abrechnungseinheit für Online Werbung durch Berechnung der Anzahl der Click-Throughs. Wie oft wurde von einem werbungstragenden Hyperlink (z.B. Banner) auf die Webseite des Werbungstreibenden geklickt/ gelinkt?

– so viel wird von der ausgemachten Währungseinheit bezahlt.

Vergleiche TKP?

## CPI – Cost per Interest

Kosten pro gewonnenen Interessenten.

Formel: Gesamtkosten der Werbekampagne dividiert durch die Anzahl der gewonnenen Interessenten.

## CPO – Cost per Order

Kosten pro Bestellung.

Darin enthalten sind die Kosten für Versand, Porto, Muster, Werbemittel etc.

## CPM – Cost per Thousand Impressions

Kosten für 1.000 Kontakte.

CPM ist die englische Abkürzung für TKP (Tausender Kontakt Preis).

## Crawler

Suchmaschinen, die das Internet selbständig auf neue Informationsangebote durchforsten. Dabei kommen sogenannte „Agenten“, „Spiders“ oder „Robots“ zum Einsatz, die - mit bestimmten Suchbegriffen gefüttert - auf ihrer Reise durch das Web alle Seiten registrieren, in denen die gewünschten Begriffe enthalten sind.

## CRM – Customer Relationship Management

Oberbegriff für alle Maßnahmen der Kundenpflege: „das Management der Kundenbeziehung“.

## Cross Media

medienübergreifend, z.B. eine „orchestrierte“ „360°“-Werbekampagne. Bestimmte Medienstrategien werden über mehrere Medien z.B.: Internet, Telefon, Handy, Fernsehen, ... oder mehrere Werbemittel z.B. Anzeige, TV-Spot, Plakat, Internet, Mobile App umgesetzt.

## Cross-Selling

Werbemethode, die bereits bestehende Kundenkontakte nutzt, um zusätzliche Produkte zu verkaufen.

Durch Cross-Selling soll der Umsatz eines Händlers gesteigert werden.

z.B.: Kauft der Kunde eine Klassik-CD, werden zusätzlich Konzertkarten angeboten.

Vergleiche mit „Up-Selling“

## Customer Lifecycle

Darstellung des Verhaltens des Kunden in Bezug auf die Marke, das Produkt, die Firma in Form eines zeitlichen Modells: Interessent – Liebäugler – Käufer – loyaler Käufer – abgeworbener Käufer – wiedergewonnener Käufer.

Bitte googeln: es gibt im Web viele verschiedene bildliche Modelle zum Verständnis des Customer Lifecycle. Bitte vergleichen: "Customer Loyalty Lifecycle"

## Data Mining

Die Aufbereitung und Auswertung von Userdaten, um Nutzerprofile zu erstellen. Diese Daten können auch für andere Medien und Kanäle (z.B. Direct Marketing, Canvassing, Eventmarketing ...) genutzt, unter bestimmten rechtlichen Voraussetzungen auch vermietet oder verkauft werden.

## Data Mining speziell im IoT

ist die empirische Methode, die große Datenbestände zusammenzuführt und analysiert – mit Algorithmen, Statistik und Künstlicher Intelligenz.

Der IoT-Stack besteht aus einer Schicht, die die Daten sammelt, einer Analytics-Schicht, Storage-Kapazität sowie eine Ausgabe-Maske, die die Daten aufbereitet präsentiert, etwa mittels einer App.

Die Vernetzung der Dinge lebt dadurch, dass ihre Daten auch genutzt (analysiert/ ausgewertet und für Aktionen weiterverwendet, Angebote darauf ausgerichtet ...) werden können.

## Deep Learning

Künstliche Neuronale Netze bilden die Grundlage für Deep Learning, ein maschinelles Lernverfahren, das auf dem Modell der Künstlichen Neuronalen Netze (KNN) beruht. Unternehmen wie Google, Apple und Facebook setzen Deep Learning, z. B. für die iPhone-Spracherkennung (z.B. Siri) oder die Gesichtserkennung ein.

## Download

Bei einem Download werden Dateien beliebigen Inhalts von einem Server abgerufen und auf den eigenen Computer übertragen.

## E-Billing

Elektronische Erstellung von Rechnungen für verbrauchsabhängige Leistungen, z.B. für Internetzugangsanbieter.

## E-Business

Oberbegriff für Geschäfte, die über elektronische Medien wie z.B. Internet, andere Computernetze, drahtlose Übertragungsgeräte usw. abgewickelt werden.

## E-Commerce

Ein Teilbereich des E-Business und der Oberbegriff für alle Arten von Transaktionen über elektronische Medien.

Das Hauptmedium für E-Commerce ist das Internet, Kauf- und Verkaufstransaktionen sind die Hauptbestandteile.

## E-CRM

E-CRM bezeichnet das Feld von Softwarewerkzeugen und Datenbanksätzen zur ganzheitlichen Verwaltung von Kundenbeziehungen.

## EIAA- European Interactive Advertising Association

Europäischer Industrieverband, zu dem sich die wichtigsten europäischen Online-Vermarkter zusammengeschlossen haben.

## E-Mailmarketing

Einsatz des Kommunikationsmediums E-Mail, um mit Kunden oder Interessenten in den direkten Dialog zu treten.

Voraussetzung ist das vorherige Einholen der Erlaubnis des Empfängers (Opt-In, Permission Marketing).

## Emoticons

Emoticons sind kleine Piktogramme, die in E-Mails, mobil oder beim Chat benutzt werden, um Emotionen auszudrücken oder sich Schreibarbeit zu sparen.

z.B.: „;-D“ für Lachen“



## Entrypoint

Die erste aufgerufene Seite einer Homepage beim Besuch eines Users (muss weder die Start- noch die Landingpage oder Leadpage sein, wenn z.B. der User einem Link gefolgt ist, der direkt in den Content leitet).

## ERP – Enterprise Resource Planning

ERP bezeichnet ganzheitliche Softwarelösungen, die den betriebswirtschaftlichen Ablauf in den Bereichen Produktion, Vertrieb, Logistik, Finanzen, Personal, Verwaltung u.v.a.m. steuern, kontrollieren und auswerten.

ERP-Software unterscheidet sich von anderen betriebswirtschaftlichen Programmen meist durch einen integrierenden Ansatz, mit dem man versucht, möglichst das ganze Unternehmen mit seiner Aufbau- und Ablauforganisation digital abzubilden.

Ziel: Vergleichbare Marketingzahlen – Marketing Scorecard, Balanced Scorecard – und für weitere Info bitte googeln ;-)

## Exit Point

Letzte aufgerufene Seite einer Homepage vor dem Verlassen der Website.

## FAQ - Frequently Asked Questions

"häufig gestellten Fragen".

FAQ's werden gerne als Liste von Fragen und den dazugehörigen Antworten auf den Webseiten eines Anbieters platziert, um die Service- und Support-Abteilungen zu entlasten.

## Firewall

Hard- und/ oder Software, die den Datenfluss zwischen einem privaten und einem ungeschützten Netzwerk (z.B. dem Internet und dem internen Netz einer Firma, eines Büros) kontrolliert und ein internes Netz vor Angriffen aus dem Internet schützt.

## First Mover, Early Adopter

Ein Unternehmen/ eine Person, das/ die zuerst einen Markt/ ein Produkt/ eine Dienstleistung besetzt und somit eine Vorreiterrolle einnimmt.

"Einer, der immer alles früher hat und nutzt als alle anderen".

## Funnel-Marketing

Content-Marketing verbunden mit E-Mail Aktion in mehreren Stufen.

Meist wird der Kunde im www oder in Social Media auf ein Angebot aufmerksam gemacht.

Er schreibt sich ein, um z.B. ein angebotenes E-Book zu bekommen und willigt ein, Newsletter zu erhalten.

Somit ist er Rezipient eines Newsletter-Programms, das ihn u.a. auch mit Angeboten konfrontiert bzw. ihn zu den Angeboten hinführt, bis es letztendlich zum Kaufabschluss kommt.

## Freeware

Software, die der Programmierer ausdrücklich für die kostenlose Nutzung und für eine ungehinderte Weitergabe freigegeben hat.

Meistens handelt es sich dabei um kleine Tools, die ursprünglich für den eigenen Bedarf programmiert wurden.

Oder ganz große – Linux, Wordpress, etc. (manchmal nur mit eingeschränkten Möglichkeiten gegenüber der bezahlten "Vollversion", um den Nutzer auf den Geschmack zu bringen).

## FTP – File Transfer Protocol

Zum Übertragen von Daten von und ins Internet.

Spezielle FTPProgramme dienen dazu, HTML-Seiten und andere Daten auf einen Server zu laden.

z.B. Filezilla

## gif

ein von CompuServe erstelltes Format zur Abspeicherung von Bildern. Max. 256 Farben, kein Qualitätsverlust.

## Guerilla Marketing

Strategien, mit denen Unternehmen sich u.U. effektives Marketing leisten können, ohne über eine große PR-Abteilung und einen riesigen Werbeetat zu verfügen. Aufmerksamkeit wird hier durch unübliche, freche, reißerische Aktionen erzeugt, teils am Rande der Legalität, aber immer mit besonderen Ideen.

## Helpdesk

Person(en), Dienst oder Dienstleistungsangebot zur direkten Lösung von Konsumentenfragen.  
Telefon, E-Mail, Chat ...

## Hit

Ist ein veralteter Begriff der Online Messung und bezeichnet den Zugriff des Browsers auf ein einzelnes Element im Internet.

Achtung: Die Anzahl der Hits gibt aber keine verlässliche Aussage über die Anzahl der Kontakte einer Webseite, weil es keine definierte Anzahl von Elementen für eine Website gibt.

## Host

Firma, die einem Website-Betreiber Platz für seine Website und die damit verbundenen Daten auf eigenen gesicherten und verlässlich gewarteten Servern bereitstellt/ vermietet.  
„Gastgeber“

## Hotline

Telefonservice, der von Firmen zu Support- und Informationszwecken eingerichtet wird.

## HTML

HTML ist die Abkürzung für Hypertext Markup Language.

Internet-Browser interpretieren HTML (führen den Code auf dem jeweiligen Gerät aus) und zeigen die in HTML "getaggten" Inhalte.

Konvergent: ein Inhalt wird auf verschiedensten Geräten immer gleich/ ähnlich dargestellt. Vergleiche „Responsive Design“.

## HTTP

Hypertext Transfer Protocol - Übertragungsstandard im WWW.

## Hyperlink

Text- oder Bildstelle auf einer Webseite, die der Benutzer anklickt und so auf einen anderen Inhalt gelangt.

## Interaktion

Der Prozess der wechselseitigen Handlungen von Personen, Produkten und Unternehmen.

## Interstitials

„Einschub- oder Zwischeneinblendung“ ähnlich wie bei TV Spots.

Ein Interstitial erscheint wie früher eine Microsite und fordert zumindest dazu auf, es wieder zu schließen. Wird oft als störend empfunden, v.a. wenn sein Inhalt nichts mit dem Inhalt der gerade aufgerufenen Seite zu tun hat.

## IoT Internet of Things

Der Computer wird in der digitalen Welt zunehmend von „intelligenten Gegenständen“ bis hin zu AI: Artificial Intelligence bzw. KI: Künstliche Intelligenz ergänzt.

Beispiele: Internet-gesteuerter Thermostat für die Wohnung. Kühlschrank, der selbst Lebensmittel nachbestellt, wenn sie zur Neige gehen.

Das selbstfahrende Auto. „Intelligente Kleidung“. Wearables, Cigret, Toggalo etc. (bitte googeln).

## IP – Internetprotokoll

Die “Sprache” des Internet: wie Computer, die im Internet eingeloggt sind, miteinander kommunizieren.

## ISP - Internet Service Provider

Eine Firma, die den Zugang zum Internet oder einen Dienst im Internet zur Verfügung stellt.

## iTV – interaktive TV – Smart TV

Der Zuseher kann das Programm in bestimmtem Maße beeinflussen und interaktive Dienste abrufen. Mögliche Anwendungen sind Video-on-Demand, Spiele, E-Mail, etc.

## Java

Von "Sun Microsystems" entwickelte objektorientierte, plattformunabhängige Programmiersprache für das Internet, die unabhängig vom jeweiligen Betriebssystem funktioniert.

Java-Programme können in Web-Seiten integriert werden (Applets) oder als eigenständige Anwendungen laufen (Applications).

## Javascript

JavaScript ist eine Scriptsprache, die sich in HTML-Dokumente einbinden lässt und vom Browser User angezeigt wird.

JavaScript hat nichts mit Java zu tun.

## JPG

Eines der weitverbreitetsten Bildformat im WWW. 16,7 Mio. Farben, verlustbehaftete Kompression.

## Junk Mail, SPAM

Unerwünschte, nicht angeforderte Werbe-E-Mails, die der User bekommt, ohne seine Permission dafür gegeben zu haben.

Spam-Filter!

## Kampagne

Der Plan zur Umsetzung von Marketing-, Werbe- und Kommunikationszielen einer Organisation.

## Keyword

Schlagwort, Schlüsselwort.

Die meisten Dokumente werden im Internet über die Eingabe von Keywords in Suchmaschinen gesucht.

(2001: 80% der Seitenaufrufe durch direkte Eingabe des Markennamens in die URL-Zeile  
2016: 90% durch Eingabe des Markennamens in Google).

## Launch

Markteinführung von Produkten oder Dienstleistungen, Erster Onlinegang einer Webseite, App oder Software.

## Lead

Interessent

## Leadgenerierung

Die Maßnahmen zur Gewinnung von Interessenten

## Likeability

Parameter dafür, ob das Angebot als attraktiv empfunden wird (Umfragen, Daten)

## Logfile

Alle Zugriffe und Aktivitäten der User werden für einen Server protokolliert.  
Dadurch lassen sich Daten über die Besucher der Webseite für Werbekunden herausfinden.

## Loyalitätsprogramm

Kundenbindungsmaßnahme.

Ein Anbieter bietet dem Kunden einen Mehrwert, wenn er mehr einkauft, nutzt, ...

„If you are close to the customer, there is no need to shout“ – D. Ogilvy

## Mailing

E-Mail Aktion. Siehe auch Funnel-Marketing.

## Mailinglist

Liste von E-Mailadressen von Interessenten für ein bestimmtes, mehr oder weniger scharf umrissenes Thema, auf das sich alle Nachrichten beziehen müssen (bzw. beziehen sollten) mit dem Ziel, einen Inhalt/ Aktion/ App/ Software ... zu verkaufen. Achtung: Permission muss vorausgesetzt sein! Siehe auch Funnel-Marketing.

## M-Commerce - Mobile Commerce

Handel über Handy, z.B. Apps von eBay, Amazon etc. Siehe auch Affiliate Marketing.

## Meinungsbildner, Influencer

Opinion Leader, Lead.

Eine Person, die in einer sozialen Gruppe eine besondere Kompetenz zugesprochen wird.

Was die Meinungsbildner innerhalb der Gruppe sagen, hat Gewicht. In der Kommunikationsforschung als "Opinion-Leader" bezeichnet.

Weitergoogeln: Influencer-Marketing

## Multichannel

Nutzung mehrerer, idealweise aller zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle zur Führung und Steuerung einer Unternehmung aus Sicht des Marktes.

Orchestrierte Kampagne, 360°, ...

## Multiplikator

Menschen, die eine Idee - oft uneigennützig - verbreiten.

Verbindung zu Opinion Leader, Influencer

## Navigation

Navigation im Internet: der User soll sich möglichst schnell, einfach und übersichtlich im Internet orientieren.

Gilt auch für eine einzelne Website: 3 bis maximal 5 Clicks bis zum Ziel.

## Netiquette

Kombination aus "Network" und "Etikette".

Benimm-Regeln für das Internet. Der wünschenswerte Kommunikations-Umgangsstil miteinander: höflich.



## **Newsgroups**

öffentlich zugängliche Nachrichtengebiete

## **Newsletter**

Regelmäßige E-Mail-Sendungen an potenzielle Kunden und Mitglieder einer Online-Community.

## **NFC - Near Field Communication**

Funkstandard zur drahtlosen Datenübertragung im Abstand von wenigen Zentimetern. Vorteil: sicher gegen Abhören und „Datengrasen“ von außen, weil der Abstand der Geräte voneinander relativ klein sein muss.

Eingesetzt v.a. für bargeldloses Bezahlen, Eintrittskarten, Datenaustausch zwischen z.B. Handy und Tablet.

## **Offline**

Das Gegenteil von Online: ohne Verbindung zum Internet

## **One-to-One-Marketing**

Übersetzt: „Eins-zu-Eins-Marketing“. Individueller, persönlicher, nutzenorientierter Dialog des Werbers mit dem Kunden.

Direct Marketing (offline), Internet E-Mail-Marketing, LogIns (z.B. Amazon „Kunden, die dieses Produkt gesehen haben, sahen auch ...“) – Cookies.

Der Kunde wird, so gut es geht, identifiziert.

## **Online-Community**

siehe Community

## Onlinekampagne

Eine Kampagne, die sich auf die Aktivitäten im Internet beschränkt.

## Onlinewerbung

Überbegriff für jegliche Werbemaßnahme im Internet und mobil/ wireless.

## Opt-In

Wenn Anwender sich für den Empfang von (Werbe-)E-Mails bei einem Anbieter in eine "Opt-in-Liste" eintragen (subscribe).

Diese Kunden haben mit dem Opt-In ihre Permission gegeben und sind die „heiße Zielgruppe“.

## Opt-Out

Die Möglichkeit, sich aus der Verteilerliste des Anbieters entfernen zu lassen (unsubscribe), wenn keine weitere Werbung oder Kontaktaufnahme erwünscht ist.

Muss rechtlich bei jeder einzelnen Werbe-E-Mail zur Verfügung stehen.

## Pay per Click

Kosten entstehen für den Werber beim Pay-per-Click-Modell nicht nur für die bloße Werbeeinblendung, sondern erst für eine nachweisbare Reaktion - den Klick - des Empfängers.

## Pay per View

Pay Per View-Programme bieten Geld für Werbeeinblendungen.

Teilnehmer erklären sich bereit, auf ihrer Site oder in einem Element auf ihrem Desktop Werbeeinblendungen zuzulassen.

Pro Einblendung erhalten sie einen bestimmten Betrag gutgeschrieben.

Achtung: nicht nachvollziehbar, ob der User die Einblendung auch tatsächlich gesehen hat!

## Pay per Visit

Kosten entstehen erst für einen Besuch auf einer WebSite, nicht bereits für die Einblendung eines Links oder Werbebanners.

Achtung: Visit meint "Besuch", nicht "Besucher" ("visitor").

Ein Besuch kann auch durch den Spider einer Suchmaschine erfolgen. Erst wenn automatisierte Visits herausgefiltert sind, werden aus "Besuchen" letztlich auch "Besucher".

## Permission - Permission Marketing

Der User muss zuerst um Erlaubnis (Permission) gefragt werden, ob er vom Absender kontaktiert werden darf, bevor er die Werbebotschaft erhält.

Ziel: auf den einzelnen User zugeschnittene Botschaften zu erstellen, die ihn auch wirklich interessieren.

Der User gibt persönliche Informationen (Kontaktdaten, Interessen, u.U. mehr) an den Dienstleister oder das Internetportal (siehe barter, Tausch Daten gegen Info).

Rechtlich: eine Permission in Form eines Opt-Ins, einer Subscription, eines LogIns ist die Voraussetzung dafür, dass der Werber den Kunden überhaupt direkt kontaktieren darf.

## Personalisierung

Das Informationsangebot auf die persönlichen Bedürfnisse des Users abstimmen – dazu muss man ihn kennen. Datamining, Profiling, Mailinglist, Tracking, Statistiken ...

## Pingback

erlaubt es Web-Autoren, eine Benachrichtigung anzufordern, sobald jemand ihre Dokumente oder Seiten verlinkt.

So können sie nachverfolgen, wer auf ihre Seiten verweist oder Teile davon zitiert.

## Plug-in

Zusatzprogramme, die ermöglichen, dass auf Webseiten außer "normalem HTML" auch andere Inhalte gezeigt werden können.

Vorprogrammierte „Programmteile“, die in eine Website per Editor eingebunden werden können, z.B. SEO-Plugin in Wordpress (u.v.a.m.)

## PNG – Portable Network Graphics

Das vom World Wide Web Consortium (W3C) entwickelte und als Standard verabschiedete Format ist lizenzfrei und soll GIF- und JPEG-Bilder ablösen.

Komprimiert ohne gravierende Qualitätseinbußen.

## Profiling

Sammeln von Daten über die Gewohnheiten von Besuchern mit dem Ziel, ein Kundenprofil anzulegen und dieses zu Marketingzwecken zu nutzen.

„Get to know your Customer“ – D. Ogilvy

## Pull Marketing

zielt darauf ab, dass die Interessenten sich ihre Inhalte „holen“ (pull).

## Push Marketing

Die Inhalte werden dem Interessenten von selbst geliefert.

„Darf XY Ihnen Push-Nachrichten senden?“ – Achtung, Permission notwendig!

## Reporting

Für jede Kampagne sollte eine Erfolgskontrolle in Form von Statistiken das Erreichen der geplanten Ziele belegen. Abhängig von den eingesetzten Adserver-Technologien kann Online Werbekunden für jeden beliebigen Werbezeitraum ein Report zur Verfügung gestellt werden, um die Erfolge der Kampagne zu messen und darzustellen.

## Responsive Design

Webinhalte sollen auf allen Bildschirmformaten gleich gut dargestellt werden – Handy, Tablet, Computer, iTV, ...

Dazu braucht es kleine Designadaptierungen, die heute meist schon im CSS der Website-Vorlagen integriert sind.

Responsive Design ist heute Standard.

Siehe auch HTML und CSS - Cascading Style Sheets.

## Robots

Crawler.

## RSS

steht für viele Ausdrücke: Rich Site Summary, Really Simple Syndication, RDF Site Summary, Rich Site Syndication, Rich Syndication Standard.

Gemeint ist ein Austausch-Format für Web-Inhalte, das auf Beschreibungssprache XML basiert.

Mit RSS codierte Informationen lassen sich ohne großen Programmieraufwand in die eigene Homepage integrieren.

## RSS-Feed

Ein RSS-Feed bedeutet die Bereitstellung von Web-Inhalten per RSS in Weblogs und RSS-Feed-Reader.

## Searchengine

Suchmaschinen zum Auffinden von Informationen, Inhalten, Homepages etc.

## **SEA: Search Engine Advertising**

Die Bewerbung einer Website, damit sie auf den designierten Anzeigenplätzen einer SERP einer Suchmaschine als „Anzeige“ erscheint.

## **SEM: Search Engine Marketing**

Search Engine Marketing: die inhaltliche und umsetzungstechnische Optimierung der eigenen Website, damit sie bei den SERP ganz oben als Ergebnis aufscheint (SEO), und die Bewerbung der Website, damit sie auf den designierten Anzeigenplätzen einer SERP als „Anzeige“ erscheint (SEA).

## **SEO - Search Engine Optimization**

die inhaltliche Optimierung der eigenen Website, damit sie bei den SERP ganz oben als Ergebnis aufscheint.

## **SERP - Search Engine Result Page**

Search Engine Result Page. Die Ergebnisseite einer Suchmaschine.  
Besonders interessant für SEM (Search Engine Marketing): SEO (Search Engine Optimization) und SEA (Search Enginge Advertising).

## **Social Networks**

Ein Dienst im Internet, der beim Knüpfen sozialer Netze hilft, den Austausch innerhalb sozialer Netze fördert und die Daten über diesen Austausch weiter ver- und auswertet.

## **SPAM**

unaufgefordert versandte Massenmails.  
Illegal. (Permission, Opt-In)

## Special Interest Medien

Medien, die sich auf ein Nischen-Thema konzentrieren.

## Subscribe

Newsletter-Abo nutzen. „Sich einschreiben“ als Interessent, man gibt die Permission, kontaktiert zu werden.

## Suchmaschine

Searchengine.

## Tag

HTML-Befehl. Beispiel:

Mit den Tags `<B>` und `</B>` erscheint der eingeschlossene Text fett (engl. "bold") – hier wird das Resultat "**und**" fett angezeigt.

## Targeting

Zielgruppengenaue Ansprache von Nutzern.

Ziel ist Erhöhung der Klickrate, Mehrverkauf.

Voraussetzung: so viel wie möglich über die Zielgruppe und die vorhandene Community zu wissen (Datenbanken).

## Teaser

to tease: ärgern. „Aufmerksamkeit-Erreger“.

Soll neugierig machen, ohne das eigentliche Produkt zu nennen, wird dann aufgelöst.

Offline-Beispiel: Plakate mit „Am 1.3. ist es so weit ...“,

Online: meist in Banners, Interstitials – kommt dem Medium Internet, das sonst ja „immer überall alles“ bietet, nicht immer entgegen.

## Testimonial

„Zeugenaussage“: Personen weisen auf die Vorzüge eines Produktes oder Dienstleistung hin. Meist bekannte Persönlichkeiten, Promis (Feldbusch – AON), aber auch „die Zahnarztfräulein von Perlweiss“ oder „die Hausfrau, die Waschmittel XY verwendet und gute Resultate hat“.

## Threads

Der Gesprächsverlauf zu einem Thema in einem Forum oder Social Network.

## TKP

„Währungseinheit“ in der Werbung:  
Preis für die Erreichung von 1.000 Werbekontakten.  
Unterscheidung zwischen Qualitativem und Quantitativem TKP.

## Trackback

Automatische Benachrichtigung, mit der Blogs/ Websites Informationen über Backlinks in Form von Reaktionen bzw. Kommentaren untereinander austauschen können.  
Der Trackback informiert über die Verwendung von Backlinks.

## Tracking, User Tracking

„Den Weg des Users auf der eigenen Website verfolgen“.  
Eigene Tools, die (anonymisiert) den Weg des Users durch die Site „mitzeichnen“ und dann in Form einer Statistik darstellen.  
Meist erhobene Daten: der Browser des Users, welche Suchmaschinen hat er mit welchen Suchkriterien verwendet, von welcher Seite kommt der User, welche Seite innerhalb der Website war seine Entry Page, welche Seiten des Angebotes nutzt er wie lange, welches war die Exit Page.  
„Der gläserne Kunde“ ist Realität – die Daten werden aber nicht bis zur Identifikation heruntergebrochen (Datenschutz!).



## Traffic

Besuchersfrequenz auf einer Web-Seite, Anwendungsfrequenz bei einer mobilen App.

## UID - User Interface

Benutzungsschnittstelle. Der Teil einer Software oder eines Gerätes, mit dem dieses bedient und gesteuert wird.

Jede App hat ein User Interface – das, was wir am Screen zur Bedienung des Programms (der eigentlichen Application) sehen und verwenden.

Logisch: Achtung auf Usability!

## URL – Universal Resource Locator

die Internet Adresse. z.B.: [www.website.com](http://www.website.com)

## Usability

Bedienerfreundlichkeit der Internetseite/ App.

Wie logisch ist die Navigation, findet sich der User zurecht?

Baut sich die Seite schnell auf oder muss man lange warten?

Finde ich als User für jede Frage eine Antwort oder muss ich z.T. ewig suchen, bis ich herausfinde, WIE ich nun zu dem von mir erwarteten Resultat komme?

Entscheidend für den Erfolg einer Website oder App.

## USP – Unique Selling Proposition

„Einzigartiges Verkaufsversprechen“ – Ausdruck, der im gesamten Marketing/ überall in der Werbung der Kern des Angebots ist.

Was unterscheiden das Produkt/ Unternehmen/ die Dienstleistung von den anderen?

Warum soll es der Kunde kaufen, was ist der einzigartige Produktnutzen, mit der sich das Produkt von dem der übrigen Konkurrenz abhebt?

Jedes Produkt am Markt muss einen USP haben - warum sollte es der Kunde sonst kaufen?

## UX - User Experience

Die Erfahrungen des Nutzers beim Konsumieren des online-Angebotes.  
Wichtig für eine userfreundliche Gestaltung der Inhalte bezüglich Navigation, Darstellung, Lesbarkeit, Auffindbarkeit etc. Siehe auch Usability.

## Videostream

Audio- und Video-Dateien werden bereits während der Übertragung (z.B. im Internet) angehört bzw. angesehen.

Hier muss also nicht wie üblich abgewartet werden, bis eine Datei komplett übertragen ist, bevor der Inhalt angehört bzw. angesehen werden kann (googeln: buffering).

Auch: Echtzeitübertragung, da Daten ohne größere Zeitverschiebung vom Client wiedergegeben werden. Möglich durch „Puffern“ - immer wieder kleine Datenpakete holen und abspielen, während des Abspielens bereits die nächsten Pakete abholen usw. usf.

## Virales Marketing

Jede Form der Werbung, die sich wie ein Virus verbreiten soll, am besten „von selbst“ von einem Interessenten zum nächsten, weil es so gut/ lustig/ extraordinär ist.

Beispiel: früher „Moorhuhn-Spiel“, jetzt (v.a. mobil) kleine, lustige Filmchen.

Über digitale Medien und das Internet setzen sich gute Ideen und Produkte so sehr schnell – oft innerhalb von wenigen Tagen und Wochen – in der Zielgruppe durch.

Empfänger und Sender entscheiden selbst, welche Informationen oder Empfehlungen sie weitergeben und welche Empfänger aus ihrem persönlichen Bekanntenkreis für die Botschaft empfänglich sind. Dadurch möglich: gezielte Ansprache von Meinungsführern, minimierte Streuverluste und Ermutigung zu Feedback (Dialog – Ziel erreicht).

siehe auch Guerilla Marketing

## VoIP – Voice over IP

Internet-Telefonie, auch "Voice over IP", "VoIP" oder "IP-Telefonie":  
Übertragung von Sprache über das Internet, z.B.: Skype.

## WebSite

die Internet Präsenz eines Anbieters

## WebSite Promotion

Bekanntmachung einer Site im Web. Ziel: möglichst viele Besucher/ Käufer generieren. Online Marketing ist z.T. auch Website Promotion (andere Möglichkeiten: PR, klassische Werbung...), aber nicht nur ;-)

## Wording

Erwartungskonforme Benennung von Links, Navigation, Aufbau, Buttons und anderer Elemente einer Website. Ziel: Usability: der User soll anhand des Wordings schon sofort verstehen, wo er klicken muss, um zu bekommen, was er sich erwartet.