
Glossar

- API** Eine Programmierschnittstelle (Application Programming Interface), die beispielsweise Programmteile eines Softwaresystems anderen Programmen zur Verfügung stellt.
- App** Eine Applikation (Application), ein Anwendungsprogramm. Im Sprachgebrauch des Social Web sind damit Anwendungen auf mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets gemeint.
- Always On Kommunikation** Die konstante und hoch frequentierte Kommunikation in der Social-Media-Kommunikation, auch Regelkommunikation genannt. Die Follower werden durch tägliche Kommunikation an die Marke erinnert, damit sie der Marke weiter folgen und das aufgebaute Vertrauen bestehen bleibt.
- Bashing** Eine öffentliche Beschimpfung (engl.: heftiger Schlag) in sozialen Netzwerken.
- Blog** Ein online geführtes Tagebuch oder Journal, auch Weblog genannt. Der Begriff Weblog setzt sich zusammen aus dem englischen Wort für Internet (World Wide Web) und Logbuch (*Log*). Die Darstellung ist vergleichbar mit einer Homepage. Das veröffentlichen von Inhalten nennt man „Blogging“ oder „Bloggen“.
- Brand Fit** Der Brand- oder Markenfit gibt an, inwieweit ein Brand Touchpoint (Markenkontaktpunkt) markenkonform ausgestaltet ist und die Marke dort für Kunden erlebbar wird.
- CD/CI** Siehe „Corporate Design“.
- Co-Creation** Ein Content Creator und eine Marke entwickeln und vermarkten gemeinsam ein neues Produkt, meistens mit starkem Branding des Content Creators.

- Collaboration Tool** Ein Programm, das Informationen und Inhalte aus verschiedenen Kanälen zusammenführt und darstellt.
- Content** Englisch: Inhalt. Eine im Marketing häufig verwendete Begrifflichkeit für veröffentlichte Inhalte.
- Content Pieces** Ein einzelner Inhalt wie zum Beispiel ein Bildmotiv, Video, Text.
- Conversion** Die Umwandlung des Status einer Zielperson, z. B. vom Interessenten zum Kunden.
- Cookies** Textdateien auf einem Computer, die Daten zu besuchten Internetseiten enthält (engl.: Plätzchen). Beispielsweise werden in einem Cookie der Besuch, bereits eingegebene Daten in Online-Formulare oder Informationen zur Bewegung auf einer Internetseite gespeichert.
- Corporate Design** Das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Es ist ein Teilbereich der Unternehmensidentität („Corporate Identity“).
- CPC** Kosten pro Klick (Cost per click), ein Abrechnungsmodell für die Schaltung von Anzeigen im Internet. Der Werbetreibende zahlt einen Betrag, wenn ein Internetnutzer auf seine Online-Anzeige klickt. Die Einblendung an sich kostet nichts.
- CPM** Kosten pro tausend Einblendungen (Cost per Mille), auch Tausender-Kontakt-Preis (TKP) genannt. Der Werbetreibende zahlt diesen Wert für 1.000 Einblendungen seiner Anzeige im Internet.
- CRM** Customer Relationship Management, Kundenpflege, Kundenbeziehungsmanagement.
- Crossmedial** Kommunikation über mehrere Kanäle (z. B. Print, Online, TV) welche in der Regel zu einem Rückkanal führt.
- Crowdsourcing** Die User/Kunden werden aufgefordert, die Produkte oder Services mit Ihren Ideen, Vorschlägen oder gewünschten Eigenschaften mitzubestimmen. Crowd bedeutet Menschenmenge und Source ist die Quelle bzw. Ursprung. Die Wissenschaft definiert Crowdsourcing als die Auslagerung von Teilaufgaben eines Unternehmens an eine Menge von Freiwilligen Internetnutzern.
- Customer Care** Kundenservice, Kundenbetreuung, Kundendienst.
- Display Ads** Eine Werbeanzeige im Internet, die als Grafikdatei in eine Internetseite eingebunden wird.
- Earned Content** Inhalte in Online-Medien, die von Dritten anhand selbst initiiertem Meldungen oder Aktionen (zum Beispiel Pressemeldungen) erstellt und veröffentlicht wurden.
- Engagement Rate** Siehe „Interaktionsrate“.

- Facebook Ads** Werbeanzeigen (englische Abkürzung Ads für Advertisements), die Nutzern innerhalb von Facebook eingeblendet werden und auf Markenseiten in Facebook oder auf externe Internetseiten verweisen. Facebook Ads werden immer mit konkreten sozialen Verbindungen des Nutzers zur werbenden Marke (Likes von Freunden, Shares) versehen.
- Facebook EdgeRank** Ein Algorithmus von Facebook, um die Nutzer vor zu vielen Postings zu schützen. Nutzer und Seiten, mit denen der Facebook-Nutzer weniger agiert, erscheinen mithilfe des EdgeRanks nicht mehr in seinem Newsfeed.
- Facebook Insight** Die Statistik für Seitenbetreiber in Facebook, welche umfangreiche detaillierte Auswertungen zur Reichweite, dem Verhalten und der Demografie der Nutzer zur Verfügung stellen.
- Fake Like** Siehe „Likejacking“.
- Fake Follower** Ein künstlich, meist durch Software erzeugtes Profil eines sozialen Netzwerks, welches keinen echten Menschen entspricht und einem Kanal folgt.
- Fan** Eine Person, die einer Facebook-Seite folgt. Beiträge vonseiten werden den Fans einer Seite in einem Newsfeed angezeigt.
- Follower** Leser und Abonnenten von Beiträgen eines Nutzers in sozialen Netzwerken (engl.: folgen). Beiträge von Personen, welchen man folgt, werden in einem Newsfeed angezeigt.
- Follow Ratio** Das Verhältnis von Followern eines Kanals zu selbst abonnierten Nutzern („Follows“).
- Forum** Ein virtueller Platz (Marktplatz) zur Diskussion, zum Austausch und zur Archivierung von Gedanken und Meinungen.
- Gefällt mir** Siehe „Like“.
- Google Ads** Eine Form der Internetwerbung in der Suchmaschine Google, die eine Einblendung von Text- oder Display-Anzeigen bei Suchenden ermöglicht. Dabei werden für die Einblendung relevante Suchworte (Keywords) definiert, die eine zielgruppenorientierte Ansprache (Targeting) ermöglichen.
- Google Analytics** Ein kostenloses Analyse-Tool zur Messung der Besucherzahl und des Besucherverhaltens auf eigenen Online-Kanälen.
- Hands-on** Das Wort leitet sich vom englischen hands-on ab, was mit „praktisch“ übersetzt werden kann. Im Management-Bereich bedeutet der Ausdruck, dass Personen gefordert sind, die nicht nur zu delegieren, sondern selbst mit anzupacken.
- Hashtag** Ein Stichwort in Form eines Schlagworts. Hashtags werden bei Twitter verwendet. Die Begrifflichkeit kommt aus dem englischen für „hash“ (das Zeichen Doppelkreuz „#“) und „tag“ (Schlagwort).

- Hater** Menschen, die in einem Kanal sehr häufig und sehr negativ kommentieren.
- Hosting** Erbringung einer Dienstleistung zur Bereitstellung von Internetprojekten, die öffentlich im Internet abrufbar sind. Ein Hosting-Dienstleister („Provider“) stellt zum Beispiel Speicherplatz auf Computern („Server“) zur Verfügung, auf denen Internetseiten, Shops oder Blogs im Internet bereitgestellt werden.
- Impressions** Anzahl der Einblendungen eines Beitrags oder einer Anzeige in Online-Medien.
- Incentives** Verschiedene Anreize, die den Abverkauf von Produkten positiv beeinflussen. Incentives können zum Beispiel Geld- oder Sachprämien, Reisen und Veranstaltungen sein.
- Influencer** Personen, die im Social Web mittels Blog, Instagram Account oder Facebook-Seiten hohe Reichweiten erzielen. Influence bedeutet „Einfluss“.
- Influencer Relations** Eine Disziplin innerhalb des Social-Media-Marketings, um eine konstante Verbindung (Beziehung) zu Influencern aufrecht zu erhalten. Influencer Relations werden meistens mit dem Ziel einer zukünftigen bezahlten Kooperation durchgeführt.
- Interaktionsrate** Das Verhältnis der Interaktion an der Reichweite (Einblendungen) eines Beitrags in sozialen Netzwerken.
- Internetaffin** Eine enge Beziehung zum Medium Internet. Ein Nutzer ist internetaffin, wenn für ihn das Medium Internet und die Internettechnologie zu einem festen Bestandteil seines Lebens geworden sind und von ihm als Selbstverständlichkeit angesehen werden.
- KPI** Leistungskennzahl in der Betriebswirtschaft (Key Performance Indicator). Der KPI ist eine Messgröße, an welcher man den Fortschritt eines bestimmten Ziels misst.
- LBS** Standortbezogene Dienste im Mobilfunkbereich (Location-based Services). Mittels einer Lokalisierung z. B. mit GPS in Smartphones werden positionsabhängige Dienste bereitgestellt.
- Lead** Eine erfolgreiche Kontaktabbahnung, z. B. eine Interessentenanfrage über das Internet.
- Like** Ein Like ist die englische Bezeichnung für eine Gefällt-mir-Angabe in einem sozialen Netzwerk. Man spricht von „ liken“, also dem Abgeben von „Gefällt mir“.
- Likejacking** Eine böartige Methode, um Gefällt-mir-Angaben (Likes) auf Instagram zu generieren, obwohl der Nutzer dies nicht beabsichtigt. Oft werden auf Internetseiten unsichtbar im Hintergrund Likejacking-Codes eingebunden, die bei Besuch der Seite automatisch ein „Like“ auf dem Instagram Profil

des Besuchers posten, wenn der Nutzer im Hintergrund noch in Instagram eingeloggt ist.

MAU Monatlich aktive Nutzer (Monthly Active Users) eines sozialen Netzwerks.

Microblog Eine verkürzte Form des Blogging (siehe „Blog“). Der Nutzer veröffentlicht sehr kurze Nachrichten, die aus weniger als 200 Zeichen bestehen.

Microsite Eine verschlankte Internetseite im Design der Homepage mit wenigen Unterseiten und geringer Navigationsleiste. Sie wird auch „Landingpage“ genannt.

Newsfeed Der Nachrichten- und Neuigkeitenstrom in einem sozialen Netzwerk (Feed = Strom, News = Nachrichten). In Facebook erscheint der Newsfeed direkt nach dem Log-in in der Mitte und enthält alle aktuellen Posts von Freunden, Fanpages und anderen Facebook-Medien.

Offline Im Marketing spricht man von Offline, wenn eine Kommunikation außerhalb der Online-Medien (Internet) stattfindet.

Owned Channel Ein Kanal, der technisch und physisch im Unternehmen geführt wird und im Besitz des Unternehmens ist.

Owned Content Inhalte in Online-Medien, die von einer Marke selbst erstellt und veröffentlicht wurden.

One-Shot-Aufnahme Eine Videoaufnahme, die in einem Stück ohne Unterbrechung (Schnitt) aufgenommen wird.

Paid Content Inhalte in Online-Medien, die von einer Marke selbst erstellt und gegen Bezahlung veröffentlicht werden, zum Beispiel Werbebanner oder Textanzeigen.

PoS Die Verkaufsstelle bzw. Einkaufsstelle für den Konsumenten im stationären Geschäft (Point of Sale).

Post Eine Mitteilung eines Nutzers in einem sozialen Netzwerk, oft auch „Posting“ genannt.

Reach Aus dem Englischen „Reichweite“. Es ist die Anzahl der Menschen, die einen Beitrag gesehen haben.

Retweet Eine Funktion zur Verbreitung (Teilen) eines Tweets in Twitter.

ROI Ein betriebswirtschaftliches Modell zur Messung der Rendite einer unternehmerischen Tätigkeit (engl.: return on investment), gemessen am Gewinn im Verhältnis zum eingesetzten Kapital, auch als Kapitalrendite bezeichnet.

Seeding Das strategische oder zielgruppenorientierte Platzieren viraler Botschaften (engl.: aussäen) in einem Online-Kanal (siehe „Viralmarketing“).

Sentiment Stimmungsindikator, Gefühl, Empfindung für eine Marke. Im Bereich des Social Media Monitoring wird das Sentiment eines Beitrags oder Inhaltes meistens mit positiv, negativ oder neutral definiert.

- SEO** Suchmaschinenoptimierung (engl.: search engine optimization). Maßnahmen, um Webseiten im Ranking der Suchmaschinen auf höheren Plätzen erscheinen zu lassen.
- SEM** Suchmaschinenmarketing (engl.: search engine marketing). Werbemaßnahmen in Suchmaschinen, um Besucher in den eigenen Online-Medien zu generieren. Die meist genutzte Werbeform ist Google AdWords.
- Share** Siehe „Teilen“.
- Shitstorm** Massenhafte öffentliche Entrüstung über eine Marke im Social Web, einhergehend mit zahlreichen negativen, beleidigenden Posts und Beiträgen.
- Smartphone** Ein Mobiltelefon, das über eine Internetverbindung verfügt und mittels installierter Anwendungen (Apps) mehr Funktionalität als ein klassisches Telefon zur Verfügung stellt.
- Snackable Content** Inhalte, die sich schnell, einfach und flexibel konsumieren sowie teilen lassen.
- Social Engagement** Die Beteiligung und das Engagement der Nutzer im Social Web.
- Social Graph** Ein Abbild (Soziogramm) der Beziehungen zwischen Personen, Produkten oder Marken eines Internetnutzers innerhalb eines sozialen Netzwerks.
- Social Media** Digitale Medien und Technologien, die es Internetnutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und selbst Inhalte zu generieren.
- Social Media Intelligence** Das Sammeln, Analysieren und Darstellen von Inhalten sozialer Netzwerke, die von Nutzern generiert wurden.
- Social Mention** Erwähnungen der Marke in Beiträgen und Inhalten sozialer Netzwerke.
- Social Plugin** Ein Softwaremodul (englisch: anschließen), das von einer Softwareanwendung während seiner Laufzeit entdeckt und eingebunden wird, um dessen Funktionen zu erweitern. Beispiel: Facebook bietet die Einbindung eines Social Plugins in externe Homepages. Beim Besuch der Homepage wird im Hintergrund eine Verbindung zu Facebook aufgebaut und auf der Homepage werden Informationen aus Facebook angezeigt.
- Social Search** Eine Suche im Internet, die mittels eines Social Graph des Suchenden generiert wird. Suchergebnisse werden mit Informationen des Internetnutzers aus einem sozialen Netzwerk angereichert und entsprechend von der Suchmaschine bewertet. Dabei erhalten Suchergebnisse mit sozialen Faktoren (z. B. Likes von Freunden) eine höhere Relevanzbewertung und werden an oberen Positionen des Suchergebnisses angezeigt.
- Stakeholder** Personen oder Gruppen, die ein berechtigtes Interesse an einem Projekt oder Prozess haben. Im Bereich eines Unternehmens gibt es interne

Stakeholder (z. B. Mitarbeiter, Führungskräfte) und externe Stakeholder (z. B. Kunden, Lieferanten, Geschäftspartner).

Storyboard Ein Szenenbuch eines Drehbuchs für Bewegtbild, das in zeichnerischer Form eine Idee oder ein Konzept visualisiert.

Storytelling Im Marketing bezeichnet man als Storytelling (engl.: „Geschichten erzählen“) eine Art der Kommunikation, bei der man Botschaften durch Geschichten und Metaphern an seine Empfänger transportiert.

Stream Ein Stream wird im Bereich des Internets als ein Datenstrom bezeichnet, also das kontinuierliche Übertragen von Daten oder Informationen.

Streisand-Effekt Ein Versuch, eine Information zu unterdrücken und das Gegenteil zu erreichen, nämlich die noch stärkere Verbreitung der Information.

Swipe-up Eine Funktion in Instagram Stories, um einem externen Link außerhalb der Plattform zu folgen.

Tab Ein Facebook-Tab ist eine beliebige Internetseite, die innerhalb einer Facebooks-Seite integriert werden kann. Sie erfordert eine Anbindung an das Facebook API. Ein Tab wird unterhalb des Titelbildes einer Facebook-Seite als Icon angezeigt und verlinkt.

Tablet Ein tragbarer flacher Computer mit einem Touchscreen-Display ohne ausklappbare Tastatur.

Tag Englische Bezeichnung für Schlagwort.

Take Eine Aufnahmesequenz vom Start bis zum Stopp einer Video-Aufnahme.

Targeting Im Bereich der Online-Werbung bezeichnet man als Targeting die zielgruppengerichtete Einblendung von Online-Werbung auf Internetseiten. Ziel des Targetings ist es, möglichst wenig Streuverluste zu erreichen und die richtige Zielgruppe anzusprechen. Social Targeting bezieht sich auf Interessen, Nutzerverhalten und persönliche Verbindungen innerhalb eines sozialen Netzwerks.

Teilen Eine Funktion in sozialen Netzwerken, einen beliebigen Beitrag (Text, Bild, Video, Link) an seine Freunde zu verbreiten.

Tool Eine Anwendungssoftware oder ein Dienstprogramm.

Tweet Ein Beitrag auf Twitter (englisch: zwitschern). Ein Tweet wird unter den Followern des Nutzers verbreitet und ist öffentlich für jeden Twitter-Nutzer einsehbar, wenn er das Profil des Nutzers besucht.

Twitterwall Eine Darstellungsart für ausgewählte Tweets verschiedener Nutzer auf einer virtuellen Wand (Seite). Auf einer Twitterwall (englisch: Zwitscherwand) werden Tweets aller Nutzer angezeigt, die einen bestimmten Hashtag besitzen. So kann man zum Beispiel auf einer Twitterwall ausschließlich Tweets zu einem Thema oder einer Kategorie anzeigen. Eine Twitterwall wird in kurzen Intervallen von wenigen Sekunden aktualisiert.

Unfollow Das Entfolgen bzw. Verlassen eines Abonnements eines sozialen Kanals.

URL Eine URL (Uniform Resource Identifier) lokalisiert eine Internetseite im Internet. Umgangssprachlich wird die URL auch Internetadresse genannt.

User Generated Content Inhalte in Online-Medien, die von Nutzern erstellt und veröffentlicht wurden.

Viralmarketing Eine Marketingform, die verdeckte und ungewöhnliche Nachrichten meist in sozialen Netzwerken auf ein Produkt oder eine Marke aufmerksam macht. Die Verbreitung der Nachrichten erfolgt in hoher Geschwindigkeit und meist epidemisch wie ein Virus.

Web 2.0 Als Web 2.0 wird als Schlagwort die veränderte Internetnutzung bezeichnet, in der der Internetnutzer nicht mehr nur Informationen konsumiert (Web 1.0), sondern selbst Internetinhalte erstellt. Die Bezeichnung „Social Media“ wird inzwischen immer häufiger für den Begriff Web 2.0 verwendet.