



KMU-Info.de

Information & Vernetzung für KMU

Glossar

ONLINE-MARKETING für KMU

(PDF-Fassung)

© KMU-Info.de / Prof. B. Schnurrenberger TH Brandenburg / N. Schreiber (M.Sc. BWL)



A

Accessibility

(Engl. = Zugänglichkeit, Erreichbarkeit) Kann als Barrierefreiheit im Internet verstanden werden. Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, wie eine z.B. einem verminderten Sehvermögen oder motorischen Behinderungen, soll es ermöglicht werden Internetseiten ohne schwerwiegende Einschränkungen nutzen zu können. Die Betreiber einer Website sollten diesbezüglich berücksichtigen, dass Ihre Inhalte z.B. verständlich von einem [Screenreader](#) vorgelesen werden können, oder die Seite so zu organisieren, dass sie lediglich mit einer Tastatur zu bedienen ist.¹

2011 veröffentlichte das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz die „Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz“. Diese Verordnung konkretisiert wie Accessibility im Internet erreicht werden soll.²

AdBlocker

Setzt sich aus den englischen Begriffen Advertisement (= Werbung) und to block (=blockieren) zusammen und ist ein Programm, welches gezielt Werbeanzeigen (wie z.B. [Banner](#)) auf Internetseiten unterdrückt. Der Internetnutzer erhält somit eine einfachere und übersichtlichere Internetseite. Für die Verantwortlichen der Werbung hingegen ist das Programm als nachteilig zu sehen, da durch die unterdrückte Werbemaßnahmen weniger finanzielle Einnahmen erzielt werden können.³

App

Abkürzung des englischen Wortes application. Ist eine Anwendung für mobile Endgeräte wie [Smartphones](#) oder Tablets. Apps sind übersichtlich gestaltete Programme, die Nutzer einfach an mobilen Endgeräten bedienen können. Apps können über virtuelle Marktplätze erworben werden, wobei eine Vielzahl von Applikationen auch kostenfrei heruntergeladen werden kann.⁴

Aus Sicht der Kunden bieten Apps viele Vorteile: Sie sind interaktiver und funktioneller gestaltet als mobile Websites und somit attraktiver. Ebenso garantieren sie eine vereinfachte Nutzung mit dem [Smartphone](#), beispielsweise kann die App automatisch (nur mit Zustimmung des Nutzers) auf die Kamera oder GPS-Koordinaten zugreifen. Für die Anbieter einer App ist die Entwicklung der Anwendung zwar aufwendig, dennoch besteht auch hier der klare Vorteil, dass Apps als Instrument der Kundenbindung gesehen werden können, mit denen die Nutzer direkt erreicht werden.⁵

1 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 402ff.

2 BITV 2.0 : Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung.

3 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie (2016): Werblocker.

4 Springer Gabler - Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: App.

5 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 845.



Affiliate Marketing

Ein Affiliate ist ein Werbepartner. Affiliate Marketing ist die gezielte Kooperation zwischen einem Verkäufer und einem Werbetreibenden. Die Partnerschaft besteht darin, dass die Produkte des Verkäufers auf der Website des Werbenden beworben werden. Auf der Website werden dafür Verlinkungen zur Website des Händlers integriert. Der Partner erhält eine Provision für jeden Klick, der von seiner Website ausgegangen ist. Somit kann das Affiliate Marketing als eine Variation der [Bannerwerbung](#) gesehen werden.⁶

B

Banner

Ist ein Werbefeld, welches auf einer Internetseite dargestellt wird und mit einem Link auf die Seite des Werbenden weiterleitet.⁷

Bannerwerbung

Ist eine Form der Online Werbung, bei der grafische Werbemittel ([Banner](#)) auf einer Internetseite veröffentlicht werden mit dem Ziel interessierte Kunden auf die Website des Werbenden weiterzuleiten und einen Verkauf zu initiieren.⁸

Backlink

Sind Verlinkungen im Internet, die auf die eigene Website weiterleiten. Backlinks werden in Zusammenhang mit der [Suchmaschinenoptimierung](#) verwendet und sind besonders in der [Off-Page-Optimierung](#) relevant. Backlinks wirken sich positiv auf das [Ranking](#) in den Ergebnissen einer Suchanfrage aus, da die [Crawler](#) untersuchen wie viele Backlinks auf einer Internetseite vorhanden sind.⁹ Es sollte dabei jedoch beachtet werden, dass auch die Qualität der Backlinks in die [Rankingfaktoren](#) der Suchmaschinen berücksichtigt wird. So werden Verlinkungen von einer bekannten und themenrelevanten Internetseite mehr gewichtet als jene von kleinen, unbekanntem Websites.¹⁰

6 Online Marketing Praxis: Affiliate Marketing.

7 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Banner.

8 Online Marketing.de/ Lexikon: Display Advertising / Bannerwerbung.

9 SEO Glossary - The Searchmetrics Dictionary of Search Engine Optimization: Backlinks.

10 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S.221.

Black-Hat SEO

Begriff, der im Kontext mit [Suchmaschinenoptimierung](#) verwendet wird. Bezieht sich auf eine Vorgehensweise der [SEO](#), bei der die vorgegebenen Richtlinien der Suchmaschinenbetreiber verletzt werden.¹¹ Ist das Gegenteil zum [White-Hat-SEO](#).

Blog

Ursprünglich auch als Weblog bezeichnet, welches sich aus den englischen Wörtern Web (= Internet) und Log (= Abkürzung für Logbuch) zusammensetzt. Blogs sind Internetseiten, die von Ihren Betreibern ([Bloggern](#)) als eine Art Online-Tagebuch geführt werden, in dem sie regelmäßig Beiträge zu bestimmte Themen veröffentlichen. Blogs können von Privatpersonen betrieben werden, in denen sie über persönliche Erfahrungen, Meinungen oder Ideen berichten. Ebenso gibt es immer mehr Blogs von Unternehmen ([Corporate Blogs](#)).¹²

Blogger

Autor, der regelmäßig Beiträge zu bestimmten Themen auf einem [Blog](#) veröffentlicht.¹³

Blogpost

Einträge, die ein [Blogger](#) auf seinem [Blog](#) veröffentlicht und in chronologischer Reihenfolge dargestellt werden.¹⁴

Browser

Häufig auch als Webbrowser bezeichnet, ist ein Programm, welches benötigt wird um Inhalte aus dem Internet aufrufen. Mit Hilfe spezieller Programme des Browsers können Nutzer Dateien speichern, Grafiken anzeigen lassen oder auch Musik und Videos abspielen. Die häufigsten sind Internet Explorer, Safari, Mozilla Firefox oder Google Chrome.¹⁵

Button

Ist ein Element auf einer Website, welches durch Anklicken auf eine andere Seite weiterleitet, die in einem inhaltlichen Zusammenhang steht. Buttons sind daran zu erkennen, dass sich der Mauszeiger in eine zeigende Hand verwandelt, sobald der Nutzer den Cursor über den Button bewegt.

Eine ähnliche Form dieser inhaltlichen Weiterleitung ist der [Hyperlink](#), auch hier erfolgt eine Weiterleitung bei Anklicken des gekennzeichneten Links.¹⁶

11 SEO-united.de: Black hat vs. White hat.

12 Hettler (2010), S. 43.

13 vgl. ebenda, S. 43.

14 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S.728.

15 Gründerszene – Lexikon: Browser.

16 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S.453.



Bounce Rate

Auch Absprung- oder Abbruchrate genannt. Unter dem Begriff versteht man jene Besucher einer Internetseite, die diese nach kurzem Ansehen und ohne Auswählen einer weiteren Unterseite direkt wieder verlassen haben. Mit Hilfe des Programms [Google Analytics](#) kann die Bounce Rate einer Internetseite ermittelt werden.¹⁷

C

Captchas / reCaptcha

Werden eingesetzt, wenn auf einer Website ein [Formular](#) ausgefüllt werden muss. Captchas erscheinen vor dem Absenden eines [Formulars](#) und bestehen zum einem aus einer Darstellung von Buchstaben, Zahlen und/oder Zeichen, andererseits aus einem Feld, in dem der Internetnutzer die vorgegebenen Kombination eintragen soll. Captchas tragen dazu bei, dass [Formulare](#) nicht von einem automatisierten Programm abgesendet werden können und helfen somit [Spam](#) zu minimieren. 2014 wurde von Google das reCaptcha eingeführt, welches Nutzern das Ausfüllen eines Captchas erleichtert. Ein reCaptcha besteht lediglich aus dem Textfeld „I’m not a robot“. Mit Auswahl des Feldes kann der Internetnutzer somit einfacher bestätigen, dass das [Formular](#) nicht von einem Programm verschickt wurde.¹⁸

Content

Sind alle Inhalte, die auf einer Internetseite präsentiert werden, also neben Texten auch Bilder, Videos oder Musik. Der Content einer Website sollte so gestaltet sein, dass er mit dem thematischen Schwerpunkt der Website übereinstimmt und die Zielgruppe adäquat anspricht. Ein hochwertiger Content bildet die Grundlage für ein erfolgreiches [Online Marketing](#).¹⁹

Content-Audit

Schritt, der vor der Entwicklung einer Content-Strategie durchgeführt werden sollte. Ist die Sammlung aller Inhalte, die bereits auf einer Internetseite vorhanden sind. Mit dem Content-Audit werden diese Inhalte erneut überprüft und ggf. überarbeitet. Die Erkenntnisse dieser Überprüfung bildet die Grundlage für die Entwicklung der [Content-Strategie](#). Kann in [quantitative Content-Audits](#) und [qualitative Content-Audits](#) unterteilt werden.²⁰

17 vgl. ebenda, S.962.

18 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S.460.

19 Gründerszene – Lexikon: Content.

20 Ranking Check: Content Audit: Grundlage der Content Strategie + Content Audit Vorlage.



Content-Management-System (CMS)

Sind Systeme, mit denen Betreiber einer Internetseite ihren veröffentlichten [Content](#) bearbeiten und verwalten können. Neben der Administrationsfunktion beinhalten moderne CMS zudem Mechanismen, die den eingegebenen [Content](#) in Hinblick auf seine Qualität kontrollieren, mögliche Fehler identifizieren und diese automatisch beheben.²¹

Content-Marketing

Bereich innerhalb des [Online Marketings](#), der darauf ausgerichtet ist die Bekanntheit des [Contents](#) einer Internetseite zu steigern. Ziel des Content Marketing ist es potenzielle Kunden anzusprechen, und diese auf Basis der vermittelten Inhalte als Kunden zu gewinnen. Ebenso kann gezieltes Content-Marketing dazu beitragen das Image eines Unternehmens und der angebotenen Produkte positiv zu beeinflussen. Mit Hilfe von Maßnahmen z.B. im Rahmen des [Social Media Marketing](#), [Newsletter Marketing](#) oder [SEO](#), kann Content Marketing durchgeführt werden.²²

Content-Strategie

Findet vor der konkreten Ausarbeitung des [Contents](#) statt und ist eine strategische Vorgehensweise um festzulegen, welche Inhalte für welche Zielgruppe auf der eigenen Internetseite dargestellt werden sollen. Aspekte, die bei der Entwicklung der Content-Strategie bearbeitet werden sollten sind (u.a.) die folgenden: Die Auswahl relevanter [Keywords](#), die Definition der Zielgruppe und Recherchen zu ihren Bedürfnissen (Erstellung von [Persona Profilen](#)), Formulierung konkreter Ziele anhand derer der Erfolg der Content-Strategie messbar wird, oder die Festlegung der eigenen Marktpositionierung.²³

Conversion

Messgröße der [SEA](#). Sind jene Besucher einer Website, die eine messbare Handlung durchführen, die von dem Anbieter der Seite erwünscht ist. Solche Handlungen können je nach Ausrichtung der Website zum Beispiel die Buchung einer Dienstleistung oder der Kauf eines angebotenen Produkts sein, oder auch nur die Registrierung auf einer Seite oder ein [Download](#).²⁴

Conversion Rate

Diese Kennzahl stellt dar in welchem Verhältnis Websitebesucher, die auf der Internetseite eine [Conversion](#) verwirklichen, zu der Gesamtzahl der Nutzer einer Website stehen. Dies kann auch mit folgender Formel beschrieben werden:

21 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Content Management System.

22 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Content Marketing.

23 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), SS.118, 95f.

24 Online Marketing.de/ Lexikon: Conversion / Conversion Rate.



Conversion Rate = Käufer ÷ Besucher

Die Conversion Rate kann mit speziellen Web-Analyse Programmen wie [Google Analytics](#) ermittelt werden und hilft dabei den Erfolg der Online Marketing Maßnahmen einzuschätzen und diese bei Bedarf anpassen zu können.²⁵

Conversion Rate Optimization (CRO)

Bedeutet übersetzt die Optimierung der [Conversion Rate](#). Sind Maßnahmen, die darauf ausgerichtet sind mehr Website Besucher zu einer [Conversion](#) zu überzeugen und somit die Rate zu steigern.

Für Unternehmen, die online Produkte oder Dienstleistungen anbieten wird es immer wichtiger Optimierungsmaßnahmen durchzuführen, da eine hohe [Conversion Rate](#) einen deutlichen Einfluss auf den Umsatz des Unternehmens hat.²⁶

Corporate Blogs

Sind [Blogs](#), die von einem Unternehmen veröffentlicht werden. Im Gegensatz zu [Blogs](#) von Privatpersonen werden Corporate Blogs von Angestellten eines Unternehmens verfasst, welche den Fokus ihrer Beiträge klar auf eine positive Darstellung des Unternehmens legen. Corporate Blogs sind aus Sicht der Betreiber ein effektives Mittel um einerseits potenzielle Kunden direkt ansprechen zu können, andererseits können mit ihnen auch die Beziehungen zu bereits bestehenden Kunden gefestigt werden.²⁷

CPC-Modell/ Cost per Click

Wird im Zusammenhang mit der [Suchmaschinenwerbung](#) verwendet. Ist ein Abrechnungsmodell, anhand dessen festgelegt wird, welchen Betrag der Werbungstreibende für seine Online Werbung bezahlen muss. Der Verantwortliche der Internetseite kann hierbei auswählen anhand welcher Messgröße die Kosten für die Werbung berechnet werden sollen. Bei dem CPC-Modell erfolgt diese Berechnung auf der Basis der Anzahl der Klicks, die die Werbung erhält.

Der Websitebetreiber zahlt für seine Werbung also nur so oft, wie sie angeklickt wurde. Zwar ist das CPC-Modell das meist verwendete Abrechnungsmodell, je nach Ausrichtung der Website und Art der Werbung können allerdings auch andere Messgrößen sinnvoll sein:²⁸

25 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), SS.118, 49.

26 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Conversion Optimierung.

27 Omkt.de: Corporate Blog.

28 SEO Konkret – Suchmaschinenoptimierung und Marketing: Glossar.



Abrechnungsmodell	Kostenberechnung auf Basis ...
CPA-Modell / Cost per Action	... bestimmter Handlungen, die durch die Werbung realisiert wurden. Dies können z.B. Registrierungen, Downloads oder Einkäufe sein.
CPL-Modell / Cost per Lead	... von gewonnenen Kontaktinformationen, die ein Kunde bereitstellt nachdem er die Werbung angeklickt hat.
CPO-Modell / Cost per Order (auch: Cost per Sale)	... der Bestellungen, die realisiert wurden, nachdem die Kunden die Werbung angeklickt haben.

Crawlability

Begriff, der in der [SEO](#) verwendet wird. Bedeutet, dass eine Internetseite inhaltlich so aufgebaut ist, dass sie von [Crawlern](#) einfach gefunden werden kann. Eine hohe Crawlability trägt dazu bei, dass Suchmaschinen die Internetseite in ihren [Index](#) aufnehmen und somit in deren Suchergebnissen angezeigt werden.²⁹

Crawler

Auch Roboter oder Spider genannt. Sind automatischen Programme, die von Suchmaschinen angewandt werden, um das Internet nach Websites zu durchsuchen, diese zu analysieren und die Suchergebnissen kategorisiert in einem Katalog ([Index](#)) zu sammeln. Mit Hilfe von Crawler können Suchmaschinen ihre Suchergebnisse regelmäßig aktualisieren.³⁰

Customer Relationship Management (CRM)

Kann als Kundenbeziehungsmanagement übersetzt werden und umfasst alle Maßnahmen, die dazu beitragen Internetnutzer zu regelmäßigen Besuchern einer Website zu machen. Grundlage für das die Kundenbindung ist hierbei ein aktueller, hochwertiger und zielgruppengerechter [Content](#) auf der Internetseite. Auch [Social Media](#) Plattformen und [Corporate Blogs](#) sind eine effektive Form der Kundenbindung. Unternehmen können so in einen gezielten Austausch mit den Kunden treten oder ihnen Möglichkeiten bieten Informationen und Erfahrungen auszutauschen.

D

Direct Traffic

Ist die Anzahl aller Besucher einer Website, die deren Adresse direkt in den [Browser](#) eingegeben haben. Die Kennzahl kann mit Hilfe eines Web-Analyse Programms wie [Google Analytics](#) ermittelt werden.³¹

29 SEO Südwest: Crawlability.

30 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Crawler.

31 Luna Park – Wir machen Websites erfolgreich: Direct Traffic.

Display Marketing

Auch als [Bannerwerbung](#) bezeichnet. Ist eine Form der Online Werbung, bei der Texten und graphischen Inhalten, wie (animierte) Bilder, Videos, Banner oder [Buttons](#) auf Websites integriert werden. Durch die gezielte Platzierung der Online Werbung sollen interessiert Internetnutzer dazu animiert werden die Seite des Werbenden zu besuchen.³²

Domain

Ist die Adresse einer Internetseite, unter der sie online gefunden werden kann. Jede Domain kann weltweit nur einmal vergeben werden. Die Domain ist nicht mit der [URL](#) einer Website zu verwechseln, die Domain ist lediglich ein Teil der [URL](#).³³

Download

Bezeichnet den Vorgang des Herunterladens von Inhalten aus dem Internet, wie z.B. einem Dokument, Bild oder Video, auf die Festplatte eines Computers.³⁴

DS-GVO

„Die DS-GVO (Datenschutz Grundverordnung) ist am 25. Mai 2018 in Kraft getreten. Sie hat u.a. zum Ziel Unternehmen dahingehend zu sensibilisieren und disziplinieren, sensible, personenbezogene Daten so gut es geht vor unbefugtem Zugriff von außen zu schützen sowie von sich aus transparent beim Erheben und Verarbeiten von Daten gegenüber den betroffenen Personen aufzutreten (Buchholz, Hilberg, 2018, Mega-Thema Datenschutz: Neue Regulierung in einem brisanten Kernbereich der Digitalisierung).

Die DS-GVO umfasst 99 Artikel, welche über 11 Kapitel verteilt sind. Diese umfassen neben den für diese Arbeit weniger interessanten Grundsätzen, der All-gemeinen- und Schluss-Bestimmungen am Anfang und Ende der Verordnung und des Regelungsrahmens für die Aufsichtsbehörden, ebenso die Rechte der betroffenen Personen, die Klärung der zuständigen Verantwortlichen und Auf-tragsverarbeiter, Der Regelungen zur Übertragung von Daten in Drittländer und die Sanktionen bei Verstößen gegen die DS-GVO. Gegenstand und Ziele der Verordnung sind natürliche Personen sowie der Schutz der personenbezogenen Daten, der damit verbundenen Sicherstellung von Grundrechten und Grundfrei-heiten dieser sowie dem freien Verkehr dieser (Logemann, T., 2018, Daten-schutz-Grundverordnung (DSGVO)).“³⁵

32 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Display Marketing.

33 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Domain.

34 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Download.

35 Gerstberger/Welskopp: „Einfluss und Auswirkungen der Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) im Bereich des E-Commerce am Beispiel eines selbsterstellten E-Shops“, unveröffentlichte Projektarbeit 2019, S. 37.



Duplicate Content (DC)

Kann als doppelter Inhalt übersetzt werden und sind identische Inhalte, die über unterschiedliche [URLS](#) aufrufbar sind. Besonders in Bezug auf die [SEO](#) einer Website sollten doppelte Inhalte vermieden werden, da diese für ein schlechteres [Ranking](#) in den Suchergebnissen verantwortlich sein können.³⁶

E

E-Commerce

Abkürzung für electronic Commerce, kann als elektronischer Handel übersetzt werden. Bedeutet, dass alle Bestandteile eines Handels (Werben, Kaufen und Verkaufen) über das Internet verwirklicht werden. E-Commerce bietet sowohl für die Konsumenten als auch für die Verkäufer viele Vorteile. So wird für die Kunden der Einkauf erleichtert, da er ortsunabhängig ist und individuell getätigt werden kann. Ebenso haben die Käufer ein weltweites Angebot an Verkäufern, deren Angebote und Preise online verglichen werden können. Auch die Bezahlung und die Lieferung des erworbenen Produktes/ Dienstleistung erfolgt unkompliziert und schnell. Für die Verkäufer ist der Handel im Internet eine Möglichkeit sein Kundennetz weltweit auszudehnen und neue Märkte zu erschließen. Trotz der großen Distanz zum Käufer kann der Verkäufer mit Hilfe eines Online Kundenservices schneller auf die Probleme der Kunden reagieren und eine individuelle Betreuung ermöglichen, was wiederum in einer höheren Kundenzufriedenheit bewirkt. Ein weiterer Vorteil, der aus dem E-Commerce entsteht, sind Kosteneinsparungen, die durch eine effizientere Organisation des Kaufprozesses oder auch durch geringere Transaktionskosten erzielt werden.³⁷

Engagement-Rate

Kennzahl, die im Zusammenhang mit [Social Media](#) verwendet wird. Stellt dar wie hoch das Interesse in den sozialen Medien an einer bestimmten Internetseite und deren Inhalten ist. Die Daten können mit Hilfe spezieller Programme generiert werden und orientieren sich unter anderem daran wie häufig bestimmte Inhalte kommentiert oder geteilt wurden.³⁸

E-Mail

Abkürzung für electronic Mail, welches als elektronische Post übersetzt werden kann. Bietet die Möglichkeit auf digitale Weise Nachrichten zu verschicken, die neben Texten auch Dokumente oder Dateien (wie Bilder oder Videos) beinhalten können. Jeder Sender und Empfänger einer E-Mail besitzt eine individuelle E-Mail Adresse, welche

36 SEM Deutschland: Duplicate Content.

37 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: E-Commerce

38 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 119.



weltweit nur einmalig vergeben ist. E-Mails können mit Hilfe eines Email-Programms oder einer Internetanwendung versendet werden.³⁹

E-Mail Marketing

Ist das Versenden von werbliche und verkaufsfördernde Mails eines Unternehmens an einen Personenkreis, der dem Empfang der Emails im Voraus zugestimmt hat. E-Mail Marketing kann z.B. den Versand eines regelmäßigen [Newsletters](#), Hinweise auf Sonderangebote und Rabatte oder auch eine Kaufempfehlung auf Basis der bisherigen Einkäufe eines Kunden beinhalten.

Für Unternehmen bietet das E-Mail Marketing viele Vorteile, so kann auf diese Weise kostengünstig eine Vielzahl von Kunden erreicht werden, die gleichzeitig zielgruppengerecht angesprochen wird. Ebenso kann mit Newslettern eine höhere Kundenbindung erzielt werden.⁴⁰

F

Facebook

Ist mit mehr als 1,7 Milliarden Nutzern weltweit das bekannteste [soziale Netzwerk](#) im Internet.⁴¹ Privatpersonen können auf Facebook ein persönliches Profil erstellen, auf denen sie Fotos und Videos hochladen können und sich mit Freunden, Familie und Bekannten vernetzen können. Auch Künstler, Sportler und Personen des öffentlichen Lebens können offizielle Facebook Seiten gründen.⁴² Für Unternehmen kann die Präsenz auf Facebook viele Vorteile bedeuten: Durch regelmäßige Beiträge kann die Bekanntheit des Unternehmens gesteigert werden, Kunden können unkompliziert direkten Kontakt zum Unternehmen aufnehmen, ebenso bietet das Unternehmen Facebook Nutzern auf diese Weise eine Plattform sich über persönliche Erfahrungen und Unklarheiten auszutauschen.⁴³

Formular

Sind Dokumente, die auf einer Internetseite integriert sind, bei denen Besucher in bestimmten Textfeldern Daten angeben müssen. Formulare werden üblicherweise bei Online-Bestellungen, Buchungen oder Anmeldungen verwendet.⁴⁴

39 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: E-Mail.

40 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: E-Mail Marketing.

41 Statista.com: Anzahl der aktiven Nutzer von Facebook.

42 WhatIs.com: Facebook.

43 Kundengewinnung im Internet; Facebook für Unternehmen.

44 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Formular.



G

Google+

Ist war ein [soziales Netzwerk](#), welches von Google angeboten wurde, Anfang 2019 für private Nutzer allerdings eingestellt wurde. Ähnlich wie bei anderen Netzwerken konnten Besucher ein Profil erstellen, sich mit anderen Nutzern vernetzen und mit ihnen kommunizieren. Die Besonderheit dieses Netzwerks waren spezielle Funktionen wie Kreise, Hangouts und der +1-Button. So konnten Google+ Mitglieder ihre Freunde nach bestimmten Kategorien einteilen indem sie sie nach bestimmten Kreisen sortierten, wie z.B. Familienangehörige, Freunde oder Arbeitskollegen. Unter der Funktion Hangouts bot Google+ seinen Mitgliedern die Möglichkeit per Video zu chatten, hierbei waren auch Gruppenchats möglich. Mit dem +1-Button konnten Nutzer ausdrücken, dass ihnen eine Seite gefällt. Auch Unternehmen können einen Google+ Account anlegen, welcher automatisch mit [Google My Business](#) verknüpft wird und so eine weitere Interaktionsmöglichkeit mit den Kunden schafft.⁴⁵

Google AdSense

Ist ein Werbeprogramm von Google, welches als das Pendant zu Google AdWords gesehen werden kann. Bei diesem Programm wird Inhabern von Websites die Möglichkeit geboten durch die Platzierung von Werben anderer Websitebetreiber Einnahmen zu generieren. Der Inhaber der Website kann wählen, welche Werbung auf seiner Seite platziert werden soll, wo sie auf seiner Seite angeordnet sein soll und in welchem Format. Auch bei diesem Programm wird nach dem [CPC-Modell](#) abgerechnet. Für Unternehmen bietet die Teilnahme an Google AdSense viele Vorteile, u.a. ist das Werbeprogramm eine zusätzliche und unkomplizierte Einnahmequelle, die zusätzlich auf die Interessen der Zielgruppe der Website zugeschnitten ist.⁴⁶

Google AdWords

Kann der [Suchmaschinenwerbung](#) zugeordnet werden. Ist ein Werbeprogramm, welches von Google angeboten wird. Betreiber von Internetseiten haben einerseits die Möglichkeit gezielte Werbung bei Google zu buchen, welche dann in den Suchergebnissen veröffentlicht wird und auf die Seite des Werbenden weiterleiten. Andererseits ist ein weitere Werbemöglichkeit bei Google AdWords die Verknüpfung einer Internetseite über sogenannte [Keywords](#). Der Betreiber einer Internetseite kann im Voraus festlegen anhand welcher Suchbegriffe seine Seite in den Suchergebnissen von Google gefunden werden soll. Für die Anmeldung bei Google AdWords werden dem Werbetreibenden keine Kosten berechnet, er zahlt jedoch für jeden Klick auf seine Website ([CPC-Modell](#)). Hierbei kann der Werbende festlegen welchen Klickpreis er pro

45 Google: Google+.

46 Google: Google AdSense.



Keyword bereit ist zu zahlen. Die Höhe des gezahlten Klickpreises hat wiederum Auswirkungen auf die Positionierung in den Suchergebnissen. Die Werbenden konkurrieren somit um die besten Platzierungen in den Suchergebnissen. Dieses Prinzip macht Google AdWords die Haupteinnahmequelle von Google. Aus Sicht von KMU kann Google AdWords als eine effektive Form der Internetwerbung gesehen werden, da potenzielle Kunden so direkt angesprochen werden. Gleichzeitig ist über den Klickpreis die Kontrolle über die Kosten gewahrt und die Werbung jederzeit individuell anpassbar.

47

Google Analytics

Ist ein online Programm, welches von Google kostenlos zur Verfügung gestellt wird, mit dem Betreiber von Websites den [Traffic](#) auf Ihren Seiten analysieren und statistische Auswertungen aufrufen können. Die Software ermöglicht es z.B. zu untersuchen wie lange Besucher eine Seite angesehen haben, wie viele Unterseiten sie ausgewählt haben oder wie hoch spezielle Messgrößen wie die [Bounce Rate](#) oder die [Conversion Rate](#) sind. Google Analytics ermöglicht es ebenso die Daten von Apps zu erheben, die von mobilen Endgeräten genutzt werden.⁴⁸ Besonders für KMU bietet diese kostenfreie Software die Möglichkeit den Datenverkehr der eigenen Internetseite auf einfache Art und Weise zu kontrollieren, analysieren und mögliche Defizite zu korrigieren.

Google Keyword-Planner

Ist ein Programm, welches Nutzern von [Google AdWords](#) angeboten wird. Wie der Name des Programms andeutet, können potenzielle Werbende hiermit unterschiedliche Aspekte in Bezug auf Planung ihrer [Keywords](#) recherchieren. So kann beispielsweise überprüft werden welche Suchbegriffe häufig in Google gesucht werden, wie oft ein Keyword von anderen Nutzern verwendet wurde, oder wie hoch der durchschnittliche [Klickpreis](#) für einen Suchbegriff ist. Ebenso schlägt das Programm den Nutzern Alternativvorschläge für ihre Suchbegriffe vor. Der Google Keyword-Planner ermöglicht es Unternehmen ihre Keywords so effektiv wie möglich zu planen, sodass ein höherer [Traffic](#) auf ihrer Seite generiert werden kann.⁴⁹

Google My Business

Vorher auch als Google Places bekannt. Ist eine Anwendung von Google, bei der Nutzer Angaben zu ihrem eigenen Unternehmen hinterlegen und diese auch eigenständig verwalten können. Die eingegeben Informationen können z.B. Öffnungszeiten, Anfahrtsbeschreibungen oder Kontaktinformationen sein. Ebenso können eingetragene Unternehmen von Kunden bewertet werden.⁵⁰ Aus Sicht des

47 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Google AdWords.

48 Google: Google Analytics.

49 Google: Google AdWords.

50 Google: Google Business.



Kunden ist Google My Business eine übersichtliche Darstellung aller relevanten Informationen zu einem Unternehmen, welches die Kontaktaufnahme erleichtert. Besonders für lokale, kleine und mittelständische Unternehmen ist die kostenlose Registrierung bei Google My Business mit vielen Vorteilen verbunden. So können sie von Suchenden einfacher gefunden werden, es werden nur korrekte Informationen dargestellt (da sie vom eigenen Unternehmen übermittelt wurden). Ebenso können die Bewertungen der Kunden dem Unternehmen ein wertvolles Feedback übermitteln und gleichzeitig als authentisches Werbemittel für potenzielle Kunden dienen.

Google Trends

Website von Google, die auf Basis aller Suchanfragen darstellt, welche Suchbegriffe bei Google besonders populär sind. Google sortiert die Ergebnisse nach bestimmten Kategorien, wie z.B. länderspezifische Themen, Business oder Sport.⁵¹ Anhand der populärsten Suchanfragen werden Trends der Google Nutzer erkennbar, welche für Unternehmen wertvolle Prognosen darstellen.

H

Homepage

Die Startseite einer Internetseite, die nach Eingabe einer [URL](#) als erste Seite geöffnet wird. Von der Homepage wird der Besucher mit Hilfe von [Hyperlinks](#) auf die Unterseiten der Website weitergeleitet. Bei der Gestaltung der Homepage sollten die Verantwortlichen einer Website beachten, dass die Seite die gewünschte Zielgruppe anspricht und die Kernaussage der Website vermittelt, sodass die Besucher weiter Bereiche zu einer langen [Verweildauer](#) auf der Seite motiviert werden.⁵²

Hyperlink

Abgekürzt auch Link genannt. Ist eine Verknüpfungsmöglichkeit für Websites, die dazu dient unterschiedliche Internetseiten mit Hilfe von [URLs](#) miteinander zu verbinden. Hyperlinks sind auf einer Seite daran zu erkennen, dass sie speziell hervorgehoben sind (blau und unterstrichen). Ebenso können Verweise innerhalb eines Textdokuments hergestellt werden, welche entweder auf eine Internetseite oder innerhalb des Dokuments verweisen.⁵³

51 Google: Google Trends.

52 Omkt.de: Homepage.

53 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Hyperlink.



Hashtag

Setzt sich aus den englischen Worten hash (= Raute, #) und tag (= Markierung) zusammen.

Die Verwendung von Hashtags wurden über den Microblog [Twitter](#) populär, mittlerweile ist es aber auch in anderen [social Media](#) Netzwerken wie Facebook, Instagram oder Google+ üblich. Mitglieder dieser Netzwerke können in ihren online Beiträgen bestimmte Wörter mit einem # kennzeichnen. Auf diese Weise wird der Beitrag kategorisiert und kann anhand der Markierung von anderen Mitgliedern gefunden werden. Hashtags geben ebenso Auskunft welche Themen in den [sozialen Medien](#) aktuell und für die Nutzer besonders interessant sind.⁵⁴



Index

Auch Suchmaschinenindex, ist die Datenbank einer Suchmaschine, in der alle Websites enthalten sind, die von [Crawlern](#) im Internet gefunden wurden. Alle Suchanfragen, die ein Internetnutzer stellt, basiert nicht auf allen Ergebnissen, die im Internet verfügbar sind, sondern ausschließlich auf dem Index der jeweiligen Suchmaschine. Dementsprechend können Websites nur in den Ergebnissen einer Suchmaschine angezeigt werden, wenn sie in deren Index gelistet sind.⁵⁵ Für Unternehmen ist es daher wichtig, dass ihre Internetseite so aufgebaut ist, dass sie für Suchmaschinen leicht auffindbar ist und folglich indexiert werden kann.

Instagram

[Soziales Netzwerk](#), welches den Fokus auf die Darstellung von Fotos und Videos legt. Nutzer haben zudem die Möglichkeit Dateien, die sie auf ihrem Profil veröffentlichen wollen, mit einem speziellen Programm kreativ zu bearbeiten. Da sich das Netzwerk immer höherer Beliebtheit erfreut sollten Unternehmen es in Betracht ziehen diesen Kanal des [Online Marketings](#) verstärkt zu nutzen. Folgende Vorteile können daraus resultieren: Die Präsenz auf Instagram steigert den Bekanntheitsgrad des Unternehmens. Außerdem werden bei Instagram potenzielle Kunden durch Bilder und Videos emotional angesprochen, oft findet hier die Beeinflussung auf unbewusste Weise statt. Ebenso kann mit veröffentlichten Beiträgen auf unkomplizierte Weise Werbung für die eigenen Produkte betrieben werden. Durch die Verwendung von [Hashtags](#) können Unternehmen in direkten Kontakt mit den Kunden treten. Ein Aspekt, der Instagram von

54 Giga: Hashtag.

55 Omkt.de:: Suchmaschinenindex.



anderen sozialen Netzwerken unterscheidet ist, dass in Beiträgen keine [Hyperlinks](#) veröffentlicht werden. Beiträge haben also keinen direkten Einfluss auf eine Erhöhung des [Traffics](#) oder der [Conversion Rate](#). Vielmehr kann mit Hilfe von Instagram die öffentliche Wahrnehmung eines Unternehmens gestärkt werden und das Image langfristig verbessert werden.⁵⁶

Internet der Dinge (Internet of things)

Unter Internet der Dinge ist zu verstehen, dass immer mehr Alltagsgegenstände (= Dinge) mit dem Internet und untereinander verknüpft werden, sodass sie selbstständig agieren und kommunizieren können. Das Ziel hierbei ist es den Alltag der Benutzer zu erleichtern.⁵⁷ Folgende Beispiele zeigen wie das Internet der Dinge bereits angewandt wird. So werden Drucker angeboten, die mit einem elektronischen Chip ausgestattet sind, der den Tintenstand der Druckerpatrone überwacht und automatisch online eine Ersatzpatrone bestellt, sobald die Druckerpatrone leer ist. Ein weiteres Beispiel sind „Smart Home“ Programme. Hier werden Bereiche innerhalb eines Wohnhauses oder einer Wohnung miteinander über ein Netzwerk verknüpft. Der Bewohner hat die Möglichkeit dieses Netzwerk extern mit einem PC oder mit seinem Smartphone zu steuern, sodass es beispielsweise die Heizung einstellen, Licht an oder ausmachen oder Jalousien schließen kann.⁵⁸

IP-Adresse

Ist die Abkürzung für „Internet Protocol“ und die Kennzeichnung jedes Computers, der mit dem Internet verbunden ist. Beim Öffnen einer Internetseite wird die IP Adresse des Computers an den Web-Server gesendet, damit ein Austausch zwischen beiden Netzwerken stattfinden kann. Internetsnutzer können anhand ihrer IP Adresse identifiziert werden, da die Adresse Informationen über den Standort und den Internetanbieter eines Computers beinhalten.⁵⁹

56 Futurebiz – By Brandpunkt: Leitfaden Instagram Marketing.

57 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2015), S. 26.

58 Mittelstand die Macher: Internet der Dinge.

59 T-Online: Was ist eine IP-Adresse.



J

Java

Ist eine Programmiersprache für Websites. Java ermöglicht es auf Internetseiten spezielle Effekte darzustellen, wie z.B. animierte Bilder. Java Anwendungen können in allen üblichen [Browsern](#) angezeigt werden.⁶⁰

K

Keyword(s)

Keywords sind Schlüsselbegriffe anhand derer Suchmaschinen die Ergebnisse einer Suchanfrage ermitteln. Gleichzeitig sind Keywords auch Schlagwörter, die Nutzer von Google AdWords für ihre Websites festlegen können. Die Suchmaschine erkennt in der Suchanfrage des Nutzers bestimmte Keywords und stellt auf Basis der Keywords von Websites die relevanten Suchergebnisse zusammen. Im Rahmen der [SEM](#) und [SEO](#) ist es wichtig, dass der [Content](#) einer Website viele Keywords enthält, die von der Suchmaschine erkannt werden. Für Websites ist die Auswahl adäquater Keywords elementar für die Auffindbarkeit in den Suchergebnissen und sollte daher systematisch und ausführlich geplant werden sollte (vgl. [Content Strategie](#)).⁶¹

Keyword-Advertising

Kann der [Suchmaschinenwerbung](#) zugeordnet werden. Sind Werbemaßnahmen im Internet, die auf der Verwendung von bestimmten [Keywords](#) basieren. Ein Beispiel hierfür sind [AdWords](#) Kampagnen. Hier können Websitebetreiber bestimmte [Keywords](#) auswählen, bei deren Suche ihre Seite in den Suchergebnissen angezeigt werden soll.

Keyword Dichte

Auch als Keyword-Density bezeichnet, ist eine Messgröße, die angibt wie häufig ein [Keyword](#) in einem Text verwendet wird. Die Keyword Dichte ist ein Aspekt, den Suchmaschinen in ihren [Rankingfaktoren](#) berücksichtigen. Bei der Formulierung des [Contents](#) einer Website sollte daher Wert darauf gelegt werden, dass eine hohe Keyword Dichte vorhanden ist.⁶²

60 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet.

61 SEO Konkret: Keywords.

62 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Keyword Density.



Klickrate (Click-Through-Rate, CTR)

Diese Kennzahl stellt das Verhältnis von den Websitebesuchern, die auf eine Werbeanzeige geklickt haben zu der Gesamtanzahl der enthaltenen Werbeanzeigen dar. Die CTR ist ein gutes Mittel um die Erfolge einzelner Werbemaßnahme zu vergleichen. Die Klickrate kann mit folgender Formel beschrieben werden:⁶³

$$\text{Klickrate} = \frac{\text{Klicks auf eine Anzeige}}{\text{Anzahl der Seitenaufrufe} \times 100}$$

KMU

Ist die Abkürzung für Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen. Diese Kategorisierung wurde von der europäischen Kommission formuliert. In der EU-Empfehlung 2003/361 wurden folgende Unterteilungen von KMU festgelegt:⁶⁴

Kategorisierung	Anzahl der Mitarbeiter unter ...	Höchstsumme des Umsatzes	Höchstsumme der Bilanz
Mittelgroßes Unternehmen	250	50 Millionen €	43 Millionen €
Kleines Unternehmen	50	10 Millionen €	10 Millionen €
Kleinstunternehmen	10	2 Millionen €	2 Millionen €

Neben dieser für die meisten Förderprogramme angewandten EU-Definition kleiner und mittlerer Unternehmen ist in Deutschland eine weiter gefasste Definition des Mittelstandes gebräuchlich. Demnach gelten als Betriebe mit bis zu 499 Beschäftigten und mit bis zu 50 Mio. EUR Jahresumsatz als kleine und mittlere Unternehmen. Die detaillierte Unterscheidung finden sich beim Institut für Mittelstandsforschung Bonn (ifm-bonn.org). Weiter existieren eher qualitative Definitionen (d.h. KMU-artige Merkmale insbesondere das Zusammenfallen von Eigentum und operativer Führung). Ähnlich formulieren es auch Definitionen von Familienunternehmen (vgl. etwa www.familienunternehmen.de).

⁶³On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Click Through Rate.

⁶⁴Europäische Kommission: Amtsblatt der Europäischen Union - EMPFEHLUNG DER KOMMISSION vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen.



L

Landing Page

Ist die Internetseite eines Werbetreibenden auf der ein Internetnutzer "landet", nachdem er eine Werbeanzeige angeklickt hat. Die Landing Page sollte einen klaren Bezug zu der Werbung aufweisen, die USP des Anbieters klar hervorheben und einen erwünschten Abschluss einer Handlung (wie z.B. einen Kauf). Eine Landing Page kann als Verbindung zwischen einem Werbemittel und einer [Conversion](#) gesehen werden.⁶⁵

Landing Page Optimization (LPO)

Landing-Page-Optimization sind alle Maßnahmen, die Verbesserungen auf der [Landing Page](#) bewirken. Im Rahmen dieser Maßnahmen kann z.B. untersucht werden ob Messgrößen wie die [Bounce Rate](#) vermindert oder die [Time on Site](#) erhöht werden können, Inhalte verbessert oder die Seite stärker auf die Bedürfnisse des Kunden ausgerichtet werden sollte.⁶⁶

Lead(s)

Sind neue Kontaktdetails, die ein Unternehmen durch eine Marketingmaßnahme erhält. Der Kunde gibt hierbei freiwillig seine Daten an, dies kann z.B. durch die Anmeldung zu einem Newsletter, die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder durch den Bezug eines [Whitepaper](#) erfolgen.⁶⁷

Leadgenerierung

Ist die aktive Generierung von Kontaktdetails von Personen, die an Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens interessiert sind.⁶⁸

Leadmanagement

Sind Managementtätigkeiten, die angewandt werden, sodass die [Leadgenerierung](#) erfolgreich durchgeführt werden kann. Tätigkeitsbereiche des Leadmanagements können beispielsweise Definitionen von Zielgruppen, die Sammlung und Organisation der Kundendaten oder die Planung von Kampagnen zur weiteren Leadgenerierung sein.⁶⁹

Linkbuilding

65 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 505.

66 vgl. ebenda, S. 538f.

67 Omkd: Lead.

68 Gründerszene – Lexikon:: Lead-Generation.

69 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Lead Management.



Ist eine Maßnahme in der [Off-Page-Optimierung](#). Beim Linkbuilding werden [Backlinks](#) auf einer Website produziert mit der Absicht ein besseres [Ranking](#) in den Suchmaschinenergebnissen zu erhalten.⁷⁰

M

M-Commerce

Ist die Abkürzung für den Begriff Mobile-Commerce und eine Sonderform des [E-Commerce](#).

M-Commerce ist der Handel, der mit Hilfe von mobilen Endgeräten verwirklicht wird, wie z.B. online Einkäufe, die mit einem Smartphone getätigt werden. Häufig stellen die Verkäufer ihren Kunden eine [App](#) zur Verfügung, mit der der Einkaufsprozess vereinfacht wird und speziell auf die Nutzung mit einem mobilen Endgerät zugeschnitten ist.⁷¹

Meta Description

Ist der kurze Beschreibungstext, der unter jeder Internetseite in den Suchergebnissen angezeigt wird. Der dargestellte Text der Meta Description hat eine Maximallänge von 175 Zeichen und sollte so formuliert sein, dass der Internetnutzer zum Öffnen der Internetseite animiert wird.⁷²

Meta Title

Ist die Titelleiste, welche jede Internetseite besitzt, die in den Suchergebnissen aufgelistet ist.

Die spezielle Überschrift sollte den Namen des Unternehmens oder der angebotenen Marken und [Hauptkeywords](#) beinhalten. Optional kann auch der Standort des Unternehmens oder bereits eine aktive Kaufaufforderung an den Kunden verwendet werden. Der Inhalt des Meta Titel ist von hoher Bedeutung für die Internetseite, denn dieser wird in den Suchergebnissen gezielt hervorgehoben (in größerer und blauer Schrift) und kann somit einen großen Einfluss auf die Auswahl einer Internetseite eines Suchenden haben. Ebenso werden die [Keywords](#), die im Meta Titel verwendet werden, beim [Ranking](#) von Suchmaschinen in besonderer Weise berücksichtigt.⁷³

Mobile Marketig

Bestandteil des [Mobile Commerce](#). Umfasst alle Marketing Maßnahmen eines Unternehmens, die sich auf die Anwendung mobiler Applikationen oder mobiler

70 Omkt.de: Linkaufbau.

71 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Mobile Commerce.

72 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon:: Meta Description.

73 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Meta Titel.



Websites beziehen. Aspekte, die im Mobile Marketing bearbeitet werden sind u.a. Websites für die mobile Internetnutzung optimieren, die (Weiter-)Entwicklung mobiler [Apps](#) oder die mobile Anzeigenschaltung (z.B. in [Apps](#) Werbung schalten). Ziel dieser Tätigkeiten ist es mobilen Anwendungen so zu gestalten, dass das Unternehmen im konstanten Austausch mit den Kunden steht, diese zu binden und Kaufprozesse zu initiieren.

Das Mobile Marketing gewinnt zunehmend an Relevanz, da immer mehr [Smartphones](#) verkauft werden und somit auch die Internetnutzung immer häufiger mit mobilen Endgeräten stattfindet. So verkündete Google bereits im Mai 2015, dass die Suchanfragen aus zehn Ländern häufiger über mobile Endgeräte, als über stationäre Geräte getätigt wurden⁷⁴. Unternehmen sollten sich daher dieser Entwicklung bewusst sein und das Mobile Marketing entsprechend in die Managementtätigkeiten integrieren.

N

Newsletter

Ist ein Rundschreiben, welches in regelmäßigen Abständen per [E-Mail](#) an angemeldeten Empfängern gesendet wird. Newsletter werden von unterschiedlichen Absendern versendet wie z.B. Unternehmen, Vereine oder Interessensgruppen. Die enthaltenen Inhalte sollten zielgruppenspezifisch sein und den Lesern einen konkreten Nutzen bieten, wie z.B. Hinweise auf bevorstehende Veranstaltungen, Sonderinformationen oder auch Rabattaktionen, sodass sichergestellt werden kann, dass der Kunde den Newsletter nicht wieder abbestellt. Newsletter sollten ebenfalls [Hyperlinks](#) enthalten, die den Kunden direkt auf die Website des Unternehmens weiterleitet und somit eine [Conversion](#) ermöglichen.⁷⁵

Newsletter-Marketing

Sind Tätigkeiten in einem Unternehmen, die sich darauf ausgerichtet sind die [Newsletter](#) Kommunikation mit den Kunden noch effektiver zu gestalten. Ziele des Newsletter Marketings sind es Kundenkontakte zu festigen, Neukunden zu gewinnen oder Kunden zu informieren und sie durch die im Newsletter vermittelten Inhalte zu einem Kauf zu motivieren. Beim regelmäßigen Versand von Newslettern sind ebenfalls rechtliche Aspekte zu berücksichtigen. So dürfen Newsletter nur an Personen verschickt werden, die dem Empfang im Voraus zugestimmt haben. Inhaltlich sollte beachtet werden, dass die Texte professionell und zielgruppengerecht formuliert sind. Der Unterschied

74 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 844f.

75 Omkt: Newsletter.



zwischen Newsletter-Marketing und [E-Mail Marketing](#) ist, dass Newsletter regelmäßig verschickt werden und [E-Mail Marketing](#) nur zu bestimmten Anlässen erfolgt.⁷⁶

O

Off-Page-Optimierung

Die Off-Page-Optimierung ist zusammen mit der [On-Page-Optimierung](#) Hauptbestandteil der [Suchmaschinenoptimierung](#). Die Off-Page-Optimierung bezieht sich auf alle Maßnahmen, die sich außerhalb der eigenen Website befinden, aber trotzdem Einfluss auf der [Ranking](#) einer Suchmaschine haben. Die wichtigsten Optimierungsmaßnahmen sind der Aufbau von [Backlinks](#) und das Setzen von Social Signs. [Backlinks](#) sind Verlinkungen von anderen Internetseiten auf die eigene Website. Die Verlinkungen können z.B. von Lieferanten, Kooperationspartnern oder von Pressemeldungen ausgehen. Ebenso können sie durch Eintragung bei [Google My Business](#) oder einen eigenen [Blog](#) erreicht werden. Social Signs, sind gezielte Beiträge in [sozialen Netzwerken](#), die ebenso auf die Website des Unternehmens weiterleiten. Beide Maßnahmen zielen darauf ab den Bekanntheitsgrad einer Website im Internet zu steigern, da Verlinkungen auf die eigene Seite zu einem besseren [Ranking](#) in den Ergebnissen einer Suchmaschine beitragen.⁷⁷

Online Marketing

Umfasst alle Marketinginstrumente, die mit Hilfe des Internets verwirklicht werden können. Die angewandten Marketingmaßnahmen sind abhängig von dem jeweiligen Unternehmen und können daher unterschiedlich ausgerichtet sein. Wichtige Bereiche, die von jedem Unternehmen bearbeitet werden sollten sind (u.a.) [Social Media Marketing](#), [Content Marketing](#), [Suchmaschinenmarketing](#) oder [Affiliate Marketing](#). Das übergeordnete Ziel dieser Maßnahmen ist es den [Traffic](#) auf der eigenen Seite zu erhöhen, damit die Bekanntheit der eigenen Internetseite zu steigern und gleichzeitig mehr [Conversions](#) zu erreichen.⁷⁸

Online Reputation Management (ORM)

Sind Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift um die Online Wahrnehmung der eigenen Internetseite zu überwachen und ebenso Schritte, mit denen diese verbessert werden kann. Unter der Online Reputation einer Internetseite sind Bewertungen und Meinungen von Internetnutzern zu verstehen, die zum Beispiel in einem [Online Shop](#),

76 Gründerszene – Lexikon: E-Mail Marketing.

77 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Off-Page-Optimierung.

78 Omkt.de: Online Marketing.



auf [Blogs](#) oder im [Social Media](#) veröffentlicht wurden. Für Unternehmen sind diese Bewertungen von hoher Bedeutung.

Negatives Feedback, wie z.B. schlechte Produktrezensionen oder rufschädigende Beiträge in können nachteilige Auswirkungen auf das Images und die Produkte eines Unternehmens haben. In diesem Fall ist es wichtig, dass ein Unternehmen angemessen auf das Feedback reagiert, für Fragen zur Verfügung steht und sich möglicherweise für die bestehende Unzufriedenheit entschuldigt. Dennoch kann negatives Feedback auch Anregungen für Verbesserungsmöglichkeiten in einem Unternehmen bieten. Positives Feedback ist für Unternehmen sehr wertvoll, da es einen Wettbewerbsvorteil darstellt. Viele potenzielle Käufer lassen sich von Bewertungen eines Käufers stark beeinflussen und werden so auf effektive Weise zu einem Kauf motiviert.⁷⁹ Besonders für kleine Unternehmen besteht hier die Chance sich von Konkurrenten abzuheben und die Bekanntheit der Internetseite auf Basis des positiven Kundenfeedbacks zu steigern.

Online Shop

Kann als ein Einkaufsladen im Internet gesehen werden und ist eine Plattform mit der der [E-Commerce](#) realisiert wird. Online Shops sind Websites auf denen ein Verkäufer seine Ware anbietet und auf der sich interessierte Kunden über Produkte und deren Preise und Leistungen informieren können.

Wird ein Verkauf abgeschlossen gibt der Kunden in einem [Formular](#) alle relevanten Kontaktdetails an. Die Bezahlung der Ware erfolgt meistens auch online. Die Vorteile eines Online Shops aus Sicht der Kunden und der Verkäufer ähneln denen beim [E-Commerce](#). So ermöglicht der Online Shop den Kunden ein entspanntes und ortsunabhängiges Einkaufen und die Wahlmöglichkeit zwischen einer Vielzahl von Verkäufern (mit unterschiedlichen Preisen). Für Verkäufer liegen die Vorzüge eines Online Shops u.a. darin, dass die in Personal- und Mietkosten gemindert werden können.⁸⁰

On-Page-Optimierung

Kann zusammen mit der [Off-Page-Optimierung](#) der [SEO](#) zugeordnet werden. Die On-Page-Optimierung befasst sich mit der Optimierung von Faktoren, die auf der eigenen Internetseite verbessert werden können. Auch hier ist es das Ziel die Seite suchmaschinenfreundlicher zu gestalten, sodass die [Rankingposition](#) der Website verbessert werden kann. Maßnahmen der On-Page-Optimierung sind z.B. die Verbesserung von Text, Bild oder Videomaterialien, die Optimierung der internen Verlinkungen der Website oder auch Anpassungen in Bezug auf die [Usability](#) der Website. Ein weiterer wichtiger Faktor, der bei der Optimierung beachtet werden sollte, ist die Verwendung relevanter [Keywords](#). Diese sollten in Bereichen wie der [Meta Description](#), dem [Meta Titel](#) oder der [Domain](#) enthalten sein. Ebenso sollten sie so

⁷⁹ Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 140.

⁸⁰ Omkt.de: Online Shop.



gut wie möglich in den [Content](#) der Website integriert werden und regelmäßig überprüft und überarbeitet werden.⁸¹

Organische Suchergebnisse

Sind die Suchergebnisse einer Suchmaschine, deren Platzierung auf dem internen [Ranking](#) der Suchmaschinen basiert und nicht gekauft wurden. Organische Suchergebnisse können nicht durch finanzielle Mittel beeinflusst werden, sondern resultieren aus einer erfolgreichen [Suchmaschinenoptimierung](#).⁸²

P

Persona-Profile

Ist eine Methode, die im Zusammenhang mit der Entwicklung einer [Content Strategie](#) angewandt wird. Dient dazu einen Überblick über die Zielgruppe einer Website zu erhalten. In Form eines Steckbriefes werden so viele Informationen wie möglich über die Zielgruppe zusammengestellt, sodass die Ansprüche und Bedürfnisse der Zielpersonen ersichtlich werden und zusammengefasst dargestellt werden können.⁸³

Post

Ist ein Beitrag, der in den [sozialen Netzwerken](#) veröffentlicht wird.⁸⁴

Prosument

Ist ein Begriff, der im Zusammenhang mit [Social Media](#) verwendet wird. Setzt sich aus den englischen Wörtern producer (= Produzent) und consumer (= Konsument) zusammen und bedeutet, dass Internetnutzer in den [sozialen Medien](#) immer aktiver werden und regelmäßig [Posts](#) veröffentlichen, Beiträge kommentieren oder Fragen stellen bzw. beantworten. Das beste Beispiel für die Aktivität von Prosumenten ist die Online Enzyklopädie Wikipedia, die darauf ausgelegt ist, dass alle Einträge von Internetnutzern formuliert, korrigiert und erweitert werden. Aus Sicht von Unternehmen kann dieses Verhalten begrüßt werden, da auf diese Weise ein Dialog mit den aktiven Kunden aufgebaut werden kann und potenzielle Kunden direkt angesprochen werden können.⁸⁵

81 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: On-Page-Optimierung.

82 TecDivision: Organische Suchergebnisse.

83 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 98.

84 Xeit GmbH – Marketing & Conversations: Post.

85 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 723.

Page Impression (PI)

Wichtige Kennzahl zum Besucheraufkommen einer Website. Zeigt an wie häufig eine Internetseite durch Internetnutzer aufgerufen wurde. Für Betreiber von Websites ist diese Messgröße von besonderer Bedeutung, da so der Erfolg einer Internetseite beurteilt werden kann. Die Page Impression kann mit Hilfe von speziellen Web Analyse Programmen, wie [Google Analytics](#) ermittelt werden.⁸⁶

Q

Qualitative Content-Audits

Methode, die im Rahmen eines [Content-Audits](#) angewandt wird. Ist eine Analyse, mit der die Qualität der Daten der Internetseite bewertet werden sollen. Hierbei werden u.a. die Neuheit der Themen, die Übereinstimmung mit den Online-Marketing Zielen oder die Verständlichkeit der Inhalte untersucht.⁸⁷

Qualitätsfaktor / Quality Score

Ist eine Kennzahl der [Suchmaschinenwerbung](#). Der Qualitätsfaktor ist eine Messgröße, die von Google ermittelt wird und anhand derer die Platzierung einer Website in den Werbeanzeigen orientiert ist.

Google untersucht hierbei die Relevanz zwischen der eingegebene Suchanfrage, der ausgewählten Anzeige und der damit verbundenen [Landing Page](#). Der Qualitätsfaktor wurde eingeführt, da es auch im Interesse von Google ist, dass die Anfragen der Suchenden zufriedenstellend beantwortet werden.⁸⁸

Quantitative Content-Audits

Methode, die im Rahmen eines [Content-Audits](#) angewandt wird. Ist die Mengenmäßige Analyse, die alle inhaltlichen Daten ermittelt, die auf einer Internetseite verfügbar sind. Dies können u.a. Inhalte wie Überschriften, Textlängen oder Dateiformate sein. Mit Hilfe von speziellen Programmen können die Daten gesammelt und übersichtlich dargestellt werden.⁸⁹

86 Xeit GmbH – Marketing & Conversations: Page Impression.

87 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 105.

88 SEM Deutschland: Qualitätsfaktoren Google AdWords.

89 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 104.



R

Responsives Webdesign

Kann aus dem englischen als „reagierende Internetseitengestaltung“ übersetzt werden und bedeutet, dass eine Website so designet wird, dass sie sich automatisch an die Bildschirmgröße des Lesers anpasst. Abhängig vom Endgerät des Nutzers passt die Website sich also flexibel an, indem Elemente wie das Design, die Navigationsleiste, Texte oder auch Bilder anders angeordnet werden. Die Verwendung eines responsiven Webdesigns wird immer relevanter, da der Marktanteil von mobilen Endgeräten wie [Smartphones](#) oder Tablets stetig wächst. Dem entsprechend greifen Internetnutzer immer häufiger auf mobile Weise auf das Internet zu. Betreiber einer Website sollten also sicherstellen, dass ihre Internetseite ein responsives Webdesign aufweist und dieses regelmäßig überprüfen und verbessern, sodass die Nutzer die Seite einfach bedienen können und die Inhalte unabhängig vom verwendeten Endgerät genutzt werden können.⁹⁰

RSS-Feed

Ist die Abkürzung für „Really Simple Syndication“. Ein Feed ist eine kurze Nachricht, die aber eine Verlinkung zu einer längeren Version des Textes beinhaltet. Ein RSS-Feed ist eine Art Nachrichtenticker, der Beiträge auf einer Internetseite in komprimierter Form übermittelt. Interessenten können die RSS-Feeds unterschiedlicher Internetseite abonnieren, über einen FeedReader werden alle Beiträge gebündelt und abrufbar. RSS-Feeds geben Nutzern die Möglichkeit sich auf unkomplizierte Weise regelmäßig über eine Vielzahl von Themen zu informieren, ohne, dass jede einzelne Internetseite dafür geöffnet werden muss.⁹¹

Ranking (einer Suchmaschine)

Unter dem Ranking einer Suchmaschine versteht man die Anordnung der Websites in den dargestellten Suchergebnissen. Suchmaschinen bestimmen die Rankingpositionen der Websites unter Berücksichtigung unterschiedlichen [Rankingfaktoren](#). Ziel dieser Sortierung ist es, dass Internetnutzer möglichst schnell und einfach die relevanten Suchergebnisse finden. Aus Sicht eines Websitebetreibers ist es eine möglichst hohe Positionierung erstrebenswert (bestenfalls auf der ersten Seite der Suchergebnisse), da so mehr [Traffic](#) generiert werden kann. Maßnahmen der [Suchmaschinenoptimierung](#), zielen darauf ab bessere Position im in den [organischen Suchergebnissen](#) der Suchmaschine zu erhalten.⁹²

90 Responsives Webdesign: Was ist responsives Webdesign.

91 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: RSS-Feed

92 ONM- Agentur für digitale Kommunikation: Suchmaschinenranking.



Rankingfaktoren

Rankingfaktoren sind Bewertungskriterien anhand derer Websites in den Ergebnissen einer Suchmaschine kategorisiert werden. Von Google gibt es keine offizielle Bestätigung welche Faktoren beim Ranking berücksichtigt werden und wie stark sie in der Berechnung gewichtet werden. Viele Studien haben die Rankingfaktoren von Google untersucht und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass sich folgende Kriterien positiv auf das Ranking einer Website auswirken:⁹³

- Eine funktionsfähige Website, mit einer benutzerfreundlichen [Usability](#) und einer hohen Geschwindigkeit.
- Die [Keywords](#) sind in einen umfangreichen und hochwertigen [Content](#) integriert.
- Die Informationen der Website sind den Nutzern einfach und schnell zugänglich.
- Die dargestellten Inhalte sind aktuell.
- Es sind viele interne [Links](#) und [Backlinks](#) vorhanden.
- Die Seite weist eine hohe [Klickrate](#) auf, die [Bounce Rate](#) ist gering und die [Verweildauer](#) der Besucher hoch.
- Besucher der Seite hinterlassen viele Kommentare.

S

Screenreader

Ist eine Software für sehbehinderte und blinde Menschen, der den Inhalt einer Internetseite vorliest. Das Programm interpretiert dafür alle Inhalte auf der Seite, wie Texte, Bilder, Menüs oder Auswahlfelder und gibt diese dem Internetnutzer auf verständliche Weise wieder. Mittels klarer Sprachbefehle des Screenreaders wird der Nutzer durch die Seite navigiert.⁹⁴

Search Engine Advertising (SEA)

Ist eine Form des [Suchmaschinenmarketings](#) und kann als Suchmaschinenwerbung übersetzt werden. Ziel der Suchmaschinenwerbung ist es eine Positionierung im Anzeigebereich der Suchmaschine zu erhalten und somit den [Traffic](#) einer Website zu steigern. Die SEA trägt ebenso zu einer Verbesserung der [Klickrate](#) bei, welches wiederum die [Conversion Rate](#) steigert. Websitebetreiber haben zwei Möglichkeiten SEA zu betreiben. Einerseits können bezahlte Werbeanzeigen bei einer Suchmaschine

93 Online Marketing.de/ Lexikon: Die wichtigsten Google Ratingfaktoren.

94 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Screenreader.



geschaltet werden, welche dann in der [SERP](#) der Suchmaschine aufgelistet werden. Andererseits kann ebenso die Maßnahmen des [Keyword Advertising](#) in Anspruch genommen werden. Das bekannteste Modell ist hierbei [Google AdWords](#), bei dem Websitebetreiber [Keywords](#) für ihre Internetseite festlegen, anhand derer sie im Internet gefunden werden können.

Beide dargestellten SEA Maßnahmen unterliegen bestimmten Bewertungskriterien anhand derer sie in den Suchergebnissen angeordnet werden (ähnlich dem [Rankingverfahren](#) bei den [organischen Suchergebnissen](#) und der [SEO](#)). So besitzen Anzeigen und Keywords eine höhere Reichweite, wenn sie auf einem höheren Budget bzw. [Klickpreis](#) basieren.⁹⁵

Aus Sicht eines Unternehmens bietet SEA sowohl Vor- als auch Nachteile. Ein Vorteil liegt darin, dass Online Werbung deutlich günstiger ist als in anderen Medien, wie Print- oder TV-Werbung. Gleichzeitig kann mit der Online Werbung eine größere Reichweite von Nutzern erreicht werden, Anzeigen können schneller geschaltet werden und gleichzeitig flexibel angepasst werden. Dennoch sind auch einige Nachteile der SEA erkennbar, so ist Online Werbung nur für jene Produkte sinnvoll, die auch online gekauft werden. Auch die Planung der richtigen [Keywords](#) ist mit einem hohen Zeitaufwand verbunden. Ein weiterer Aspekt, der ebenfalls nicht unterschätzt werden sollte ist die Gefahr, dass Nutzer nur nach den bekanntesten Produkten suchen, ohne dass unbekanntere Alternativen berücksichtigt werden.⁹⁶

Search Engine Marketing (SEM)

Kann als Suchmaschinenmarketing übersetzt werden und ist die übergeordnete Disziplin von [SEO](#) und [SEA](#). Suchmaschinenmarketing umfasst alle Maßnahmen, mit denen der Betreiber einer Website darauf abzielt ein möglichst hohes [Ranking](#) in den Ergebnissen einer Suchmaschine zu erhalten. Im Rahmen der SEO bezieht sich die Rankingergebnis auf alle [organischen Suchergebnisse](#), während bei der SEA bezahlte Werbeanzeigen und [Keyword-Advertising](#) die Basis bilden. Suchmaschinenmarketing ist für Betreiber einer (kommerziellen) Internetseite von hoher Relevanz, da fast jeder Internetnutzer Suchmaschinen für die Navigation durch das Internet verwendet. In Deutschland ist Google (Marktanteil von knapp 90%) die meistgenutzte Suchmaschine.⁹⁷

Search Engine Optimization (SEO)

Bedeutet übersetzt Suchmaschinenoptimierung und ist eine Form des [Suchmaschinenmarketings](#).

Das Ziel der SEO ist es Websites so konzipiert, dass sie in den [organischen Suchergebnissen](#) einer Suchmaschine an einer höheren Position angezeigt wird.

95 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon:Search Engine Advertising.

96 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 269ff.

97 SEM Deutschland: Suchmaschinenmarketing.



Der Prozess der Suchmaschinenoptimierung kann in drei Maßnahmen gegliedert werden: Die Verwendung von speziellen [Keywords](#), die [On-Page Optimierung](#) und die [Off-Page Optimierung](#).

So kann eine hohe [Keyword Dichte](#) zu einem besseren [Suchmaschinenranking](#) beitragen. Mit einer Analyse bereits verwendeter [Keywords](#) und Verbesserungsvorschlägen kann eine Website für die [Crawler](#) einer Suchmaschine zugänglicher gemacht werden. Neben [Keywords](#) haben aber auch Aspekte wie eine einfache Bedienbarkeit der Website ([Usability](#)), eine schnelle Erreichbarkeit, die optische Darstellung oder ein informativer [Content](#) Auswirkungen auf das [Ranking](#) der Suchmaschine.⁹⁸ Aus Sicht eines Unternehmens bietet die Suchmaschinenoptimierung viele Vorteile. Auch kleine und mittelständische Unternehmen erhalten so die Möglichkeit durch die gezielte Auswahl populärer Suchbegriffe eine bessere Positionierung in den Suchergebnissen zu erhalten. Die gute Positionierung trägt wiederum zu mehr Websitebesuchern bei und ermöglicht damit die Bekanntheit der Seite und des eigenen Unternehmens zu steigern. Dennoch sollte auch bedacht werden, dass die Suchmaschinenoptimierung ein langfristiger Prozess ist, mit dem eine Internetseite konstant verbessert wird. Konkrete Erfolge der angewandten Maßnahmen sind erst im weiteren Zeitverlauf messbar.⁹⁹

Serch Engine Result Page (SERP)

Ist die Seite auf der die Suchergebnisse einer Suchmaschine angezeigt werden. Die Suchergebnisse werden nach bestimmten [Rankingfaktoren](#) sortiert. Die angezeigten Seiten können in zwei Typen unterteilt werden: [Organische Suchergebnisse](#) und bezahlte Anzeigen. Die [organischen Suchergebnisse](#) werden auf einer SERP zentral dargestellt. Die bezahlten Anzeigen sind am rechten Seitenrand und oberhalb der [organischen Suchergebnisse](#) angeordnet. Werbeanzeigen sind speziell gekennzeichnet und durch einen gelben Hintergrund hervorgehoben, sodass sie von den Internetnutzern besser wahrgenommen werden.¹⁰⁰

Smartphone

Ist ein mobiles Telefon, das über die Funktion des Telefonierens erweitert wurde. Smartphones sind leistungsfähiger als normale Handys, auf ihnen können Programme ([Apps](#)) installiert werden. Technisch sind Smartphones mit komplexen Betriebssystemen ausgestattet und haben immer größere Touch-Displays, hochwertigere Kameras, schnellere Prozessoren und leistungsfähige Akkus.¹⁰¹

Social Media

Sozialen Medien, sind Plattformen im Internet, in denen die Inhalte von den angemeldeten Nutzern beeinflusst werden. Nutzer haben die Möglichkeit auf diesen

98 SEO-united.de: SEO.

99 Creating Web: Suchmaschinenoptimierung.

100 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: SERP

101 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Smartphone.



Websites Kommentare zu hinterlassen, Meinungen zu äußern und sich mit anderen Mitgliedern über persönliche Erfahrungen auszutauschen. Ziel der Social Media Beiträge ist es eine Interaktion zu initiieren und einen Austausch in der virtuellen Gemeinschaft zu bezwecken. Es kann zwischen unterschiedlichen Typen unterschieden werden, diese sind z.B.

- **Soziale Netzwerke**, wie Facebook, Google+ oder XING. Sind Plattformen im Internet, in denen Menschen Profile erstellen können um sich mit anderen Menschen zu vernetzen und mit ihnen zu kommunizieren.¹⁰²
- **Foto- / Video Sharing Portale**, wie YouTube, Instagram oder Pinterest. Nutzer laden hier Dateien (Fotos oder Videos) hoch. Die Beiträge können von anderen Nutzern kommentiert, geteilt oder „geliked“ werden.
- **Foren** zu speziellen Themengebieten in denen Nutzer ihre Meinungen austauschen können
- **Blogs**
- **Microblogs** wie Twitter oder Tumblr. Sind eine Sonderform des Blogs, bei denen die veröffentlichten Beiträge auf eine Länge ca. 200 Zeichen begrenzt sind.¹⁰³
- **Wikis**, wie Wikipedia. Sind Internetseiten, die darauf ausgerichtet sind, dass die enthaltenen Artikel von Internetnutzern formuliert und überarbeitet werden können.¹⁰⁴
- **Bewertungsportale**, wie Tripadvisor oder Yelp. Kunden können hier Bewertungen zu erworbenen Produkten und Dienstleistungen hinterlassen. Potenzielle Kunden nutzen diese Portale um sich zu informieren.

Social Media Marketing (SMM)

Sind online Marketingaktivitäten eines Unternehmens, die mit Hilfe von [Social Media](#) Plattformen umgesetzt werden.¹⁰⁵ Ziel des SMM ist es durch Aktivitäten in den [sozialen Medien](#) den [Traffic](#) einer Website zu erhöhen, denn je mehr Besucher eine Internetseite hat, umso öfter werden die veröffentlichten Beiträge geteilt oder kommentiert. Nach dem Prinzip der Mundpropaganda kann eine Website auf diese Weise populärer werden und die Reichweite der Inhalte gesteigert werden. Eine starke Präsenz in den [sozialen Medien](#) kann ebenso positive Auswirkungen auf das Image eines Unternehmens haben und dazu beitragen, dass das Markenbewusstsein der Kunden verstärkt wird. Schließlich kann effektives Social Media Marketing auch dafür verantwortlich sein

102 Gründerszene – Lexikon:: Social Network.

103 Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Social Media.

104 Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Wiki.

105 Online Marketing Praxis: Social Media Marketing.



Kunden bei einer Kaufentscheidung auf unbewusste Weise zu beeinflussen, sodass ein Unternehmen mehr [Conversions](#) verzeichnen kann.¹⁰⁶

Social Media Newsroom (SMNR)

Sind gebündelte Übersichten über alle Social Media – Kanäle – etwa auch einer speziellen Unterseite der www.-Präsenz eines Unternehmens. Ggf. werden der/die letzten Posts dort eingeblendet. Der Nutzer kann somit bequem seinen präferierten Kanal wählen.

Spam

Sind [E-Mails](#), die Werbung enthalten, die an eine Vielzahl von Empfängern verschickt werden, obwohl diese dem Empfang im Voraus nicht zugestimmt haben.¹⁰⁷

T

Thread

Ist die chronologische Auflistung aller Kommentare, die Nutzer zu einem bestimmten Thema hinterlassen haben.¹⁰⁸

Time on Site

Auch Verweildauer genannt. Ist eine Messgröße in der Nutzung von Websites, die angibt wie lange Internetnutzer im Durchschnitt auf einer Internetseite bleiben. Die Kennzahl kann mit Hilfe von speziellen Programmen wie [Google Analytics](#) ermittelt werden.¹⁰⁹

Traffic

Ist das „Verkehrsaufkommen“ einer Internetseite und meint die Besucherzahl, die eine Website verzeichnen kann. Der Traffic einer Internetseite kann anhand der [Page Impressions](#) ermittelt werden. Websitebetreiber streben einen hohen Traffic an, da so mehr Umsatz in Form von Verkäufen oder Werbeeinnahmen erreicht werden kann.¹¹⁰

Twitter

Mit mehr als 300 Millionen Nutzern ist Twitter der weltweit bekannteste Microblogging-Dienst.¹¹¹ Nutzer können ein Profil anlegen und in Echtzeit Beiträge veröffentlichen, die

106 Weinberg (2010), S. 5f.

107 IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Spam.

108 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 728.

109 On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Verweildauer.

110 Gründerszene – Lexikon: Traffic.

111 Statista.com: Twitter.



allerdings auf eine Länge von 140 Zeichen begrenzt sind. Nutzer können sich miteinander vernetzen indem sie einander folgen und so immer die neusten Beiträge der abonnierten Personen erhalten. Veröffentlichte Beiträge werden als Tweets bezeichnet. Das Weiterverbreiten eines Tweets durch eine andere Person wird als ReTweet bezeichnet. Besonders für Unternehmen ist dieses Prinzip interessant, denn so können Inhalte schnell verbreitet werden.¹¹² Durch die Verwendung von Hashtags innerhalb eines Beitrages werden bestimmte Schlagwörter markiert und Beiträge somit kategorisiert, sodass sie für anderen Nutzer auffindbar sind.

U

URL

Ist die Abkürzung für „Uniform Resource Locator“ und ist die konkrete Adresse einer Internetseite, die in den Browser eingegeben wird. Eine URL besteht aus folgenden Bestandteilen:¹¹³

- einem Protokoll (http://),
- einer Sub Domain (www.)
- einer Domain und
- einer Top Level Domain (z.B. .de, .com, .org)
- und ggf. einem Pfad (durch / abgegrenzt), der auf eine Unterseite der Website weiterleitet

Usability

Setzt sich zusammen aus den englischen Wörtern to use (= benutzen) und ability (= Möglichkeit). Kann als Benutzerfreundlichkeit oder Gebrauchstauglichkeit einer Website übersetzt werden.

Der ISO Standard 9241 definiert Usability als den Umfang mit dem ein Nutzer ein Produkt (= die Website) verwenden kann um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Hierbei sollte das Produkt so konzipiert sein, dass die Zielerreichung effektiv, effizient und zufriedenstellend erfolgen kann.¹¹⁴

Der Besucher einer Website nutzt diese indem er Inhalte liest, Links öffnet, Videos ansieht, oder auch eine Suchanfrage in eine Suchmaschine eingibt. Unternehmen sollten daher sicherstellen, dass ihre Websites so konzipiert sind, dass den Besuchern

112 Gründerszene – Lexikon: Twitter.

113 Omkt.de: URL.

114 Usability.de: Usability und User Experience.

die Usability erleichtert wird und sie somit eine positive Erfahrung haben, denn nur Internetseiten, die einfach bedienbar, übersichtlich und verständlich sind ermöglichen es Unternehmen Ziele, wie den Verkauf eines Produkts oder die Gewinnung eines [Leads](#), zu erreichen.

User Experience

Steht stark im Kontext mit der [Usability](#). Kann als Benutzererlebnis übersetzt werden und umfasst alle Wahrnehmungen, Reaktionen, Emotionen und Verhaltensweisen eines Internetnutzers, die durch den die Benutzung eines Produktes, einer Dienstleistung oder eines Systems hervorgerufen werden.¹¹⁵

Die Qualität des User Experiences ist dabei jedoch abhängig von verschiedenen Faktoren wie der Attraktivität, der Neuheit oder der [Usability](#) des Produkts.¹¹⁶

V

Visits

Ist der Besuch einer Website. Die Gesamtzahl der Visits zeigt an wie häufig eine Website besucht wurde und ist eine der wichtigsten Kennzahlen der Website-Nutzung. Ein Visit endet wenn der [Browser](#) eines Internetnutzers geschlossen wird, oder wenn der Seitenbesucher 30 Minuten inaktiv war. Mit Hilfe von [Google Analytics](#) kann diese Kennzahl einer Website erhoben werden.¹¹⁷

W

White-Hat-SEO

Begriff der bei der [Suchmaschinenoptimierung](#) von Relevanz ist. Sind Optimierungsmaßnahmen innerhalb der SEO, die Richtlinien konform sind. Ist das Gegenteil zum [Black-Hat-SEO](#).¹¹⁸

Whitepaper (S.137)

Sind Dokumente zu bestimmten Themen, die auf einer Internetseite veröffentlicht werden mit einer Maximallänge von 15 Seiten. In Whitepaper werden Themen bearbeitet, über die der Betreiber einer Internetseite spezielles Wissen hat. Auf diese

115 Usability.de: Usability und User Experience.

116 Quirnbach (2012), S. 59.

117 Keßler, Rabsch, Mandic (2015), S. 118.

118 <https://www.seo-united.de/blog/seo/black-hat-vs-white-hat-seo.htm>



Weise kann einzigartiger [Content](#) für eine Seite produziert werden und ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Websites geschaffen werden. Damit Internetnutzer ein Whitepaper herunterladen können müssen sie häufig in einem [Formular](#) ihre Kontaktinformationen angeben, somit können Whitepaper auch als Methode der [Leadgenerierung](#) gesehen werden.

X, Y, Z

Xing (788)

Ist ein [soziales Netzwerk](#), welches speziell für die Vernetzung geschäftlicher Beziehungen geschaffen wurde (Business-Netzwerk). Der Fokus bei Xing liegt also nicht auf der Gewinnung von Kunden, sondern der Präsentation eines Unternehmens, der Steigerung des Bekanntheitsgrades innerhalb einer Branche, einem Wissensaustausch zwischen Kollegen oder auch der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern oder Kooperationspartnern.¹¹⁹

119 Weinberg (2010), S. 183f.



Quellen

Literaturquellen

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Zukunftschance Digitalisierung – Ein Wegweiser, Bonifatius GmbH: Paderborn, 2015.

Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung. Für Webentwickler, 3. Auflage, Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH, 2007.

Keßler, Esther.; Rabsch, Stefen; Mandic, Mirko: Erfolgreiche Websites – SEO, SEM, Online-Marketing, Usability. 3.Auflage, Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH, 2015.

Quirnbach, Sonja: Suchmaschinen – User Experience, Usability und nutzerzentrische Website- Gestaltung.

Weinberg, Tamar: Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co, Köln: O'Reilly Verlag, 2009.

Internetquellen

BITV 2.0: Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung,
www.bitvtest.de/infothek/artikel/lesen/bitv-20.html, Zugriff vom: 23.05.2019.

Creaing Web: Suchmaschinenoptimierung, <https://www.creating-web.de/suchmaschinenoptimierung-muenchen/> , Zugriff vom 23.05.2019.

Europäische Kommission: Amtsblatt der Europäischen Union - EMPFEHLUNG DER KOMMISSION vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=DE>
<http://www.omkt.de/lead/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Futurebiz – By Brandpunkt: Leitfaden Instagram Marketing,
<http://www.futurebiz.de/leitfaden-instagram-marketing/>, Zugriff vom 23.05.2019.



Giga: Hashtag, <http://www.giga.de/extra/social-media/specials/was-ist-ein-hashtag-bedeutung-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Google: Google+, <https://plus.google.com/about?hl=de>, Zugriff vom 23.05.2019.

Google: Google AdSense, https://www.google.de/adsense/start/#?modal_active=none, Zugriff vom 23.05.2019.

Google: Google Analytics, https://www.google.com/intl/de_ALL/analytics/features/index.html, Zugriff vom 16.09.2016.

Google: Google AdWords, <https://adwords.google.com/KeywordPlanner?hl=de>, Zugriff vom 16.09.2016.

Google: Google Business, <https://www.google.com/business/>, Zugriff vom 16.09.2016.

Google: Google Trends, <https://www.google.de/trends/>, Zugriff vom 16.09.2016.

Gründerszene – Lexikon: Browser, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/browser>, Zugriff vom 23.05.2019.

Gründerszene – Lexikon: Content, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/content>, Zugriff vom 23.05.2019.

Gründerszene – Lexikon: Lead-Generation, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/lead-generation>, Zugriff vom 23.05.2019.

Gründerszene – Lexikon: E-Mail Marketing, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/e-mail-marketing>, Zugriff vom 23.05.2019.

Gründerszene – Lexikon: Social Network, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/social-network>, Zugriff vom 23.05.2019.

Gründerszene – Lexikon: Traffic, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/traffic>, Zugriff vom 22.09.2016.

Gründerszene – Lexikon: Twitter, <http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/twitter>, Zugriff vom 23.05.2019.

IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Werblocker, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Werblocker-ad-blockers.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Content Management System, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/content-management-system-CMS-Content-Managementsystem.html>, Zugriff vom 23.05.2019.



IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Formular, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/form-Formular.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Spam, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Spam-Mail-spam-mail.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Hyperlink, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Hyperlink-hyper-link.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

IT Wissen - Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie: Screenreader, <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Screenreader-screenreader.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Kundengewinnung im Internet; Facebook für Unternehmen, <http://www.kundengewinnung-im-internet.com/warum-facebook-fur-unternehmen/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Luna Park – Wir machen Websites erfolgreich: Direct Traffic, <https://www.luna-park.de/blog/10008-direct-traffic-google-analytics/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Mittelstand die Macher: Internet der Dinge, <http://www.mittelstand-die-macher.de/it-technik/zukunftstechnologie/internet-der-dinge-eine-kurze-definition-mit-4-beispielen-20287>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Corporate Blog, <http://www.omkt.de/corporate-blog/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Homepage, <http://www.omkt.de/homepage-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Suchmaschinenindex, <http://www.omkt.de/suchmaschinenindex/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Lead, <http://www.omkt.de/lead/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Linkaufbau, <http://www.omkt.de/linkaufbau/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Newsletter, <http://www.omkt.de/newsletter-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: URL, <http://www.omkt.de/url/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Online Marketing, <http://www.omkt.de/online-marketing-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Omkt.de: Online Shop, <http://www.omkt.de/online-shop/>, Zugriff vom 23.05.2019.



ONM- Agentur für digitale Kommunikation: Suchmaschinenranking,
<http://seo.onm.de/glossar/suchmaschinenranking/g4/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing.de/ Lexikon: Die wichtigsten Google Ratingfaktoren,
<http://onlinemarketing.de/news/die-wichtigsten-google-rankingfaktoren-2016-meta-studie>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing.de/ Lexikon: Display Advertising / Bannerwerbung,
<http://onlinemarketing.de/lexikon/definition-display-advertising-bannerwerbung>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing.de/ Lexikon: Conversion / Conversion Rate,
<http://onlinemarketing.de/lexikon/definition-conversion-conversionrate>, Zugriff vom: 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Affiliate Marketing, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/affiliate-marketing>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Content Marketing, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/content-marketing>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Domain, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/domain>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Java, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/java>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Keyword Density, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/keyword-density-suchworddichte-keyword-dichte>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Off-Page-Optimierung, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/off-page-optimierung>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Lead Management, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/lead-management>, Zugriff vom 23.05.2019.

Online Marketing Praxis – Mehr Wissen für mehr Erfolg im Internet. Tipps, Tricks, Know-how: Social Media, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-soziale-medien>, Zugriff vom 23.05.2019.



Online Marketing Praxis: Social Media Marketing, <http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-marketing-smm>, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Display Marketing, https://de.onpage.org/wiki/Display_Marketing , Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Conversion Optimierung, https://de.onpage.org/wiki/Conversion_Optimierung, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: E-Commerce, <https://de.onpage.org/wiki/E-Commerce>, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: E-Mail Marketing, https://de.onpage.org/wiki/E-Mail_Marketing, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Google AdWords, https://de.onpage.org/wiki/Google_AdWords, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Click Through Rate, <https://de.onpage.org/wiki/Click-Through-Rate>, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Meta Description, https://de.onpage.org/wiki/Meta_Description, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Meta Titel, https://de.onpage.org/wiki/Meta_Title
<http://www.omkt.de/newsletter-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: On-Page-Optimierung, https://de.onpage.org/wiki/OnPage_Optimierung, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Search Engine Advertising, https://de.onpage.org/wiki/Search_Engine_Advertising, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: SERP, <https://de.onpage.org/wiki/SERP>, Zugriff vom 23.05.2019.

On Page Wiki – Digitales Marketing Lexikon: Verweildauer, <https://de.onpage.org/wiki/Verweildauer>, Zugriff vom 23.05.2019.

Ranking Check: Content Audit: Grundlage der Content Strategie + Content Audit Vorlage, <https://www.ranking-check.de/blog/das-content-audit-als-grundlage-der-content-strategie-content-audit-vorlage-zum-download/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Responsives Webdesign: Was ist responsives Webdesign, <http://www.responsive-webdesign.mobi/was-ist-responsive-webdesign/>, Zugriff vom 23.05.2019.



SEM Deutschland: Qualitätsfaktoren Google AdWords, <http://www.sem-deutschland.de/adwords-qualitaetsfaktor-auswirkung/> Zugriff vom 23.05.2019.

SEM Deutschland: Suchmaschinenmarketing, <http://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/suchmaschinenmarketing/>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEM Deutschland: Duplicate Content, <http://www.sem-deutschland.de/duplicate-content-definition/>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEO Glossary - The Searchmetrics Dictionary of Search Engine Optimization: Backlinks, <http://www.searchmetrics.com/glossary/backlinks/>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEO Konkret: Keywords, <http://www.seo-konkret.de/suchmaschinen-glossar/keywords/>, Zugriff vom 20.09.2016.

SEO Konkret – Suchmaschinenoptimierung und Marketing: Glossar <http://www.seo-konkret.de/suchmaschinen-glossar/cpm-tpk-cpa-cpx-cpc-cpl-cpo/>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEO Südwest: Crawlability, <https://www.seo-suedwest.de/seo-wissen/seo-glossar/crawlability.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEO-united.de: SEO <https://www.seo-united.de/glossar/seo/>, Zugriff vom 23.05.2019.

SEO-united.de: Black hat vs. White hat, <https://www.seo-united.de/blog/seo/black-hat-vs-white-hat-seo.htm>, Zugriff vom: 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: App, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/app-economy.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Banner, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/banner.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Crawler, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/roboter.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Download, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/download.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: E-Mail, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/e-mail.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: RSS-Feed, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/rss-feed.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Mobile Commerce, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/mobile-commerce.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Smartphone, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/smartphone.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Springer Gabler, Gabler Wirtschaftslexikon – Das Wissen der Experten: Wiki <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/wiki.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Statista.com: Anzahl der aktiven Nutzer von Facebook, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/>, Zugriff vom 23.05.2019.

Statista.com: Twitter, <https://de.statista.com/themen/99/twitter/>, Zugriff vom 23.05.2019.

T-Online: Was ist eine IP-Adresse, http://www.t-online.de/computer/hardware/wlan-dsl/id_47922534/was-ist-eine-ip-adresse-.html, Zugriff vom 23.05.2019

TecDivision: Organische Suchergebnisse, <https://www.techdivision.com/glossar/o/organische-suchergebnisse.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

Usability.de: Usability und User Experience, <https://www.usability.de/usability-user-experience.html>, Zugriff vom 23.05.2019.

WhatIs.com: Facebook, <http://whatIs.techtarget.com/definition/Facebook>, Zugriff vom 23.05.2019.

Xeit GmbH – Marketing & Conversations: Post, <http://glossar.zeit.ch/post>, Zugriff vom 23.05.2019.

Xeit GmbH – Marketing & Conversations:Page Impression, <http://glossar.zeit.ch/page-impression>, Zugriff vom 23.05.2019.