

## Glossar des E-Commerce

verfasst von Philipp Feuerherm

### A

**A/B Testing** ist eine **Testmethode**, bei der eine Originalversion einer Werbung oder einer Internetseite gegen eine veränderte Version getestet wird. Diese Versionen werden bei jeweils unterschiedlichen Gruppen eingesetzt und die Reaktionen der beiden Gruppen anschließend verglichen.

**Absatzweg** beschreibt den Weg, den ein Gut hin zum Absatzmarkt zurücklegt, wo es konsumiert oder weiterverwertet wird. Der Absatzweg beginnt in der Produktion und endet beim Endkonsumenten oder beim Zwischenhändler.

**Ads** sind **Online-Werbeanzeigen** und treten meist in Form von Werbebannern auf. Man unterscheidet Ads in **eingebundene Werbebanner** und in Pop-Up- oder Pop-Under-Werbung. Solche Werbebanner können auch in animierter Form auftreten.

**AdWords** bzw. **Google AdWords** ist ein Werbesystem von Google. Dieses System wird von Werbetreibenden benutzt, um Anzeigen auf Google zu schalten.

**AGB** oder auch **Allgemeine Geschäftsbedingungen** sind vorformulierte Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Händler, Onlineshop) der anderen Vertragspartei (Kunde) bei Abschluss eines Vertrages stellt.

**AIDA** ist ein Stufenmodell für Werbestrategien und enthält vier Phasen, die ein Kunde durchläuft bis er letztendlich zur Kaufentscheidung geführt wird. Die Phasen sind **Attention, Interest, Desire** und **Action**.

**AOV** oder **Average Order Value** bezeichnet den Wert, der bei einer Bestellung von einem Kunden durchschnittlich ausgegeben wird.

**Arbeitsspeicher (RAM)** ist der Begriff für den Teil des Computerspeichers, der gerade auszuführende Programme und die dafür benötigten Daten enthält.

### B

**B2B** oder auch **Business-to-Business** bezeichnet den Handel zwischen Unternehmen

**B2C** oder auch **Business-to-Consumer** steht für den Handel zwischen Unternehmen und Privatpersonen.

**Beacons** sind kleine Bluetooth-Sender, die sich mit bluetoothfähigen Geräten (z.B. Smartphones) verbinden können. Mit Hilfe von Beacons lassen sich z.B. gezielt Produktinformationen am Point of Sale auf dem mobilen Gerät einblenden oder Besucherwege im Geschäft lenken. Voraussetzung ist allerdings, dass der Benutzer sein mobiles Gerät für die Verbindung mit dem Beacon freigeschaltet hat.

**Behavioral Content** ist Inhalt von Internetseiten, der sich beispielsweise auf das Surfverhalten von Internetnutzern bezieht.

**Behavioral Pricing** ist ein verhaltenswissenschaftlicher Ansatz zur Erklärung beobachtbarer, scheinbar irrationaler preisbezogener Entscheidungen.

**Betriebssystem** ist die Funktionsgrundlage eines Computers. Das Betriebssystem ist eine Zusammenstellung von Computerprogrammen, die Ressourcen wie Arbeitsspeicher, Festplatten und Ein- oder Ausgabegeräte zur Verfügung stellen. Es bildet auch die Schnittstelle zwischen Hardware und den Programmen des Benutzers.

**Bid-Management** ist ein Softwaretool für das Suchmaschinenmarketing (SEM/SEA). Es wird zur automatischen Steuerung der Gebote für die Keywords bei den verschiedenen Paid-Search-Anbietern eingesetzt. Für den Anwender von Bid-Management ergibt sich durch das automatische Bieten eine Zeitersparnis und oft eine Performancesteigerung.

**Bonität** ist die Kreditwürdigkeit einer Person, eines Unternehmens oder eines Staates.

**Bonussystem** ist ein Instrument der Kundenbindung aus dem Handel und Dienstleistungsgewerbe. Beispiele für solch Bonussysteme sind Payback oder Miles & More.

**Branding-Kampagnen** sind Kampagnen, bei denen Werbemittel, Werbetexte oder Merchandise-Artikel so verwendet werden, dass die Marke im Vordergrund steht.

**Break-even (Point)** ist der Punkt, an dem Erlöse und Kosten einer Produktion gleich hoch sind. Somit wird weder Verlust noch Gewinn erwirtschaftet.

**Buzzword** zu Deutsch **Schlagwort**, und bezeichnet einen Ausdruck oder einen Spruch, mit dem eine besondere Beachtung erzeugt werden soll. Schlagworte sind meist kurze Wörter oder Phrasen und sollen Sachverhalte prägnant und überzeugend übermitteln.

## C

**C2C** oder auch **Consumer-to-Consumer** bezeichnet den Handel zwischen Privatpersonen.

**Canonical Tag** ist eine Angabe im Quellcode einer Webseite. Das Canonical Tag wird immer dann angewendet, wenn Inhalte mehrfach verwendet werden. Es signalisiert der Suchmaschine, wo die Originalquelle zu finden ist. Seiten mit dem Canonical Tag werden i.d.R. von Suchmaschinen nicht indiziert.

**Checkout-Prozess** ist praktisch die virtuelle Kasse. Dort wird der Kunde aufgefordert, das von ihm gewünschte Zahlungsverfahren anzugeben und den Einkauf abzuschließen.

**Clusteranalyse** ist ein Verfahren zur Entdeckung von Ähnlichkeitsstrukturen in Datenbeständen.

**CLV** steht für **Customer Lifetime Value** und ist der Deckungsbeitrag, den ein Kunde dem Unternehmen während seines gesamten Kundenlebens einbringt.

**Compliance** stammt aus der betriebswirtschaftlichen Terminologie und beschreibt die Einhaltung von Regeln (Regeltreue oder Regelkonformität). Diese können sowohl in zwingenden Vorschriften wie Gesetzen, Verordnungen oder Richtlinien bestehen, als auch in freiwilligen Regeln oder Kodizes, die im Unternehmen festgelegt wurden.

**Consumer** ist das englische Wort für Konsument.

**Content (Inhalt)** sind auf Webseiten bereitgestellte Informationen in Form von Texten, Bildern oder Videos.

**Content Marketing** soll die gewünschte Zielgruppe mit informierenden sowie unterhaltenden Inhalten ansprechen und vom Leistungsangebot des Unternehmen oder der Marke überzeugen.

**Conversion** oder auch **Konversion** beschreibt die Umwandlung des Status einer Zielperson oder Zielgruppe in einen neuen Status. Beispielsweise die Umwandlung eines Onlineshop-Besuchers in einen Käufer.

**Conversion-Rate** beschreibt das Verhältnis von Conversions zur Gesamtbesucherzahl.

**Conversion-Tracking** oder auch **Besuchsaktionsauswertung** bezeichnet einen Teil der Website-Analytik, der die Effektivität misst, mit der ein adressierter Personenkreis dazu bewegt wird, gewünschte Aktionen durchzuführen.

**Cookies** sind kleine Textdateien, die auf dem Computer abgelegt werden. Mit Ihnen lässt sich unter anderem feststellen, welche Webseiten beim Surfen besucht worden sind.

**Copyright** ist das Recht, ein geschütztes Werk (z. B. Text, Bild, Film, Ton, Marke, Design) verwenden zu dürfen.

**Core Audiences** ist ein **Targeting-Feature** aus **Facebook**, mit dem man als Werbetreibender die Möglichkeit hat, Zielgruppen gezielt zu erreichen. Es basiert auf folgende Targeting-Typen: Ort, demographische Lage, Interessen und Verhalten.

**CPC (cost per click)** ist ein Abrechnungsmodell und wird im Onlinemarketing verwendet. Der Werbetreibende zahlt hierbei keine Pauschale, sondern nur, wenn ein User auf den Werbebanner oder dem Link geklickt hat.

**CPO (Cost per Order)** ist eine **Kennzahl** aus dem **Direktmarketing**. Sie beschreibt die durchschnittlichen Marketingkosten pro Bestellung.

**Customer Relationship-Management (CRM)** ist die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf deren Kunden und die Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse. Es gehören dazu wichtige Aufgaben wie die Dokumentation und die Verwaltung von Kundenbeziehungen. Diese ermöglichen so ein vertieftes Beziehungsmarketing.

**CRM-Targeting** oder auch **Customer Targeting** ist eine Methode, um die richtigen Werbemittel an die richtigen Kunden zu bringen. Dazu werden bereits bekannte Kundendaten benutzt, die es schon in der unternehmenseigenen Datenbank gibt.

**Cross-Border Trade** beschreibt den Handel zwischen Unternehmen und Kunden, die Ihren Sitz in unterschiedlichen Ländern haben.

**Cross- oder X-Channel** ist die Vermarktung über mehrere mediale, telekommunikative oder institutionelle Kanäle.

**Cross-Device-Tracking** bezeichnet die Nachverfolgung der User über mehrere Geräte hinweg. Das kann über die ID des Browsers passieren, über installierte Apps oder Cookies.

**Cross-Media** bezeichnet die Kommunikation über mehrere inhaltlich, gestalterisch und redaktionell verknüpfte Kanäle, die den Nutzer zielgerichtet über verschiedenen Medien führt und auf einen Rückkanal verweist.

**Cross- bzw. Upselling Systeme** oder **Querverkauf** bezeichnen im marketingtechnischen Sinne den Verkauf von sich ergänzenden Waren oder Dienstleistungen.

**CTR (Click-Through-Rate)** oder auch **Klickrate**, ist ein Kennwert im Bereich des Internet-Marketings. Diese stellt die Anzahl der Klicks auf Werbebanner/Sponsorenlinks im Verhältnis zu den gesamten Aufrufen oder Klicks dar.

**Custom Audiences** ist eine Funktion, um bereits bekannte Kunden in Facebook zu identifizieren.

**Customer Centricity** (Kundenorientierung) ist ein Vertriebs- und Marketingkonzept, das den Kunden und nicht das Produkt in den Mittelpunkt des Interesses rückt. Die Erwartungen, Bedürfnisse und Wünsche des Kunden sind damit der Ausgangspunkt. Customer Centricity ist Unternehmenskultur, Strategie und Philosophie in Einem.

**Customer Development** ist ein **4-Schritte-Plan** für Startups, welcher dabei hilft, Kunden und Produkte zu entdecken und zu bewerten.

**Customer-Engagement** ist die Bindung eines Kunden an das jeweilige Unternehmen oder die Marke. Die Kundenbindung kann erhöht werden, indem die Kunden persönlich und direkt angesprochen werden.

**Customer Journey** beschreibt die fünf Phasen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet: Diese „Reise“ ist wie folgt untergliedert: **Awareness** (Das Bewusstsein für das Produkt wird geweckt), **Favorability** (Das Interesse für das Produkt wird verstärkt), **Consideration** (Der Kunde erwägt den Kauf des Produktes), **Intent to Purchase** (Die Kaufabsicht wird konkret) und **Conversion** (Das Produkt wird gekauft).

**Customized marketing** ist die Individualisierung von Massenprodukten oder Dienstleistungen.

## D

**Data Governance (DG)** umschreibt das innerbetriebliche Management aller verfügbaren und erforderlichen Informationen mit dem Ziel, Qualität und Integrität der Daten sicherzustellen und sie jederzeit verfügbar zu machen. Das DG-Prozessmanagement definiert z.B. Schnittstellen und Datenformate, erkennt Abweichungen zwischen Soll- und Ist-Zustand und legt Verantwortlichkeiten innerhalb der Struktur einer Organisation fest.

**Datenbank** ist ein System zur elektronischen Datenverwaltung, in der große Datenmengen effizient, widerspruchsfrei und dauerhaft gespeichert werden.

**Datenschutz (Privacy)** ist der Begriff, der den Schutz vor missbräuchlicher Datenerhebung- und Verarbeitung beschreibt.

**Devices** sind internetfähige Geräte wie Laptops, Computer, Tablets und Smartphones.

**Display Advertising** ist ein Element aus dem Bereich der **Onlinewerbung**. Beim Display Advertising wird auf grafische Werbemittel wie Banner, Buttons, Videos, Animationen und Bilder gesetzt um Produkte besser zu bewerben.

**Dynamic Content** ist Webseiten- oder Blogcontent, der häufig wechselt und den Leser fesselt. Dynamic Content kann auch Animationen, Videos oder Audio Content enthalten.

## E

**E-Commerce Manager** steuert den E-Commerce-Auftritt eines Unternehmens, wie die Auswahl des Sortiments für den Onlineshop, die Sicherstellung der Lieferqualität sowie Planung und Controlling.

**Efficient Consumer-Response** ist eine Initiative zur Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern, die auf Kostenreduktion und bessere Befriedigung von Konsumentenbedürfnissen abzielt.

**E-Mail-Marketing** ist Direktmarketing per E-Mail. Man unterscheidet zwischen One-to-One-Kommunikation, bei der eine E-Mail nur an eine einzige Person geschrieben wird und One-to-Many-Kommunikation, bei der beliebig viele Personen erreicht werden.

## F

**Fast Moving Consumer Goods** oder **FMCG** sind sogenannte Schnelldreher. Diese haben hohe Verkaufsraten. Dazu zählen unter anderem Waren des täglichen Bedarfs, wie zum Beispiel Nahrungsmittel oder Körperpflegeprodukte.

**Features** sind Funktionen von Computer-Software.

**Framework** ist ein **Programmiergerüst**, welches in der Softwareentwicklung, besonders im Rahmen der objektorientierten Softwareentwicklung und bei komponentenbasierten Entwicklungsansätzen, verwendet wird.

## G

**Geo-Scoring** ist ein Verfahren, bei dem nur der Wohnort zur Ermittlung der Kreditwürdigkeit von Kunden genutzt wird.

**Giveaways** oder **Werbeartikel/Werbegeschenke** sind Werbeträger, die Unternehmen zu Werbezwecken an Kunden oder Interessenten verschenken. Dazu zählen z. B. Kalender, Kugelschreiber und Feuerzeuge.

**Google Analytics** ist ein Dienst von Google, der zur **Datenverkehrsanalyse** von Webseiten dient. Untersucht werden u.a. die Herkunft der Besucher, ihre Verweildauer auf einzelnen Seiten sowie die Nutzung von Suchmaschinen.

## H

**Hardware** ist der Sammelbegriff für die mechanische und elektronische Ausrüstung eines Computers.

**Heavy User** sind Kunden, die ein Produkt besonders häufig nachfragen und deshalb eine Hauptzielgruppe des Marketings darstellen.

**Homepage** ist die Hauptseite und steht für die ganze Internetpräsenz.

**Hyperlink** ist ein Verweis der einen Sprung zu einem anderen Dokument oder an einer anderen Stelle innerhalb desselben Dokuments ermöglicht.

## I

**ID** oder auch **Identifikator** ist ein mit einer Identität (beispielsweise einen Internetnutzer) verknüpftes Merkmal und wird genutzt, um Internetnutzer oder ihre Devices wieder zu erkennen.

**Interaktiver Handel** ist der Oberbegriff für Online- und Versandhandel.

**Internet-Pure-Player (IPP)** ist die Bezeichnung für einen Versandhändler, welcher als Vertriebskanal ausschließlich das Internet nutzt.

## J

## K

**Key Account Management** ist die Betreuung von besonders wichtigen Kunden. Dazu gibt es meist spezielle Key-Account-Manager.

**Keyword** ist ein **Schlüsselwort** und eine **Texteinheit**, die entweder im geschriebenen Text vorkommt oder ein gängiger Begriff ist, mit dem der Text verschlagwortet werden kann. Keywords werden im Internetmarketing verwendet und vor allem für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) benutzt.

**Kunden-Scoring** ist eine Scoring-Methode, mit der die Kunden ausgewählt werden, die in eine Reaktivierungsaktion einbezogen werden.

## L

**Lean-Startup** beschreibt einen Ansatz bei der Unternehmensgründung, bei dem alle Prozesse so schlank, wie möglich gehalten werden.

**Light User** sind Kunden, die ein Produkt wenig oder verhältnismäßig selten nachfragen. Sie sind deshalb nicht die Hauptzielgruppe des Marketings.

**Longtail** sind Produkte, die mangels Nachfrage selten im Handel erhältlich sind, also Nischenprodukte, die sich für normale Händler nicht lohnen. Im SEO werden auch wenig gesuchte Keywords als Longtail bezeichnet.

**Low-Interest-Products** sind Konsumgüter, denen Kunden ein geringes Kaufinteresse entgegen bringen.

## M

**Marketing-Automation** sind Software-Plattformen, die aus Funktionen wie Datenbank, Web-Controlling, Kommunikation, Workflows und CRM-Synchronisation bestehen. Damit können Marketingkampagnen effizient geplant und umgesetzt werden.

**Marketplace (Marktplatz)** sind Verkaufsportale, auf denen unabhängige Verkäufer Waren verkaufen können.

**Mobile-Commerce** ist die Erweiterung des elektronischen Handels auf mobile Endgeräte.

**Multichannel** ist der Vertrieb über mehrere Kanäle. Der Kunde kann also zwischen mehreren Möglichkeiten auswählen, über die er bestellen möchte, z. B. stationärer Einzelhandel, klassischer Versandhandel, Onlineshop, TV oder auch Smartphone und Tablet.

## N

**Noline Commerce** bezieht sich auf die Verschmelzung von On und Offline. Während des Kaufprozesses merkt der Kunde nicht, ob er On- oder Offline shoppt. Die Informationsbereitstellung ist in beiden Kanälen identisch, ebenso wie Preise und Einfachheit des Kaufprozesses.

## O

**Omnichannel** beschreibt das Vorhandensein und die Nutzung aller Vertriebskanäle. Der Konsument kann also unterschiedliche Kanäle verwenden und kanalübergreifend einkaufen, ohne dass seine bisherigen Informationen verloren gehen.

## P

**Paid-Search** bezeichnet die kostenpflichtige Schaltung von Werbebannern, die in Abhängigkeit von den Keywords, die der User in einer Suchmaschine eingibt, ausgeliefert werden.

**Partner Categories** ist eine Targeting-Funktion von Facebook. Der Werbetreibende kann bestimmte Segmente der Zielgruppe, basierend auf den Interessen der User, auswählen. Dadurch kann eine größere Relevanz der Anzeige erzielt werden.

**Performance Marketing** beschreibt den Einsatz von **Onlinemarketinginstrumenten**. Ziel dieses Einsatzes ist es, eine messbare Reaktion oder Transaktion mit dem Nutzer zu erzielen.

**Phishing** ist eine Form der Internetkriminalität, bei der mittels gefälschter Kurznachrichten, E-Mails oder Webseiten versucht wird, an Account- oder Bankdaten der Opfer zu kommen.

**Plattformen** sind Webseiten im Internet, auf denen Nutzer sich etwas ansehen, anhören, informieren oder miteinander diskutieren können.

**Pop-up** ist ein sich extra öffnendes Fenster und „poppt“ auf (wenn man zum Beispiel mit dem Mauszeiger über Worte fährt) um zusätzliche Inhalte anzuzeigen. Auch in der Werbebranche werden Pop-ups gern verwendet. Dort öffnen sich im Vordergrund einer Internetseite zusätzliche Fenster mit Werbung.

**Pop-under** ist die Kehrseite der Pop-ups. Das zusätzliche Fenster wird im Hintergrund geöffnet, sodass man es zuerst überhaupt nicht sieht. Meistens wird es erst dann bemerkt, wenn die aktuelle Seite geschlossen wird.

**Portal** ist eine Website, die so angelegt ist, dass man von ihr aus bequem auf eine Vielzahl von Informationen zu einem bestimmten Thema zugreifen kann

**ProductAds** sind **Werbeanzeigen**, die in Suchmaschinen (Google, Bing) oder sozialen Netzwerken (Facebook) platziert werden können. Das kann auch beispielsweise in Form von Werbebannern passieren.

**Produktdatenmarketing** ist eine **Marketingstrategie**, bei der Produktdaten automatisiert an Suchmaschinen oder Preisvergleichsportale verteilt werden.

**Produktinnovation** ist das (Fort-)Entwickeln eines (neuen) Produktes, um mit dem technischen Fortschritt mit zu laufen und um ein Nachlassen des Bedarfs zu kompensieren.

**Produktionsinformationsmanagement (PIM)** ist die Bereitstellung von Produktinformationen für den Einsatz in verschiedenen Verkaufskanälen sowie unterschiedlichen Standorten. Um jeden Kanal ohne großen Ressourcenaufwand mit akkuraten Informationen beliefern zu können, ist eine medienneutrale Verwaltung, Pflege und Modifikation der Produktinformation in einem neutralen System erforderlich.



**Proximity Marketing** oder auch Bluetooth-Marketing ist die Bereitstellung von Inhalten oder Werbung an besonders gekennzeichneten Plätzen via Bluetooth. Diese Hotspots stehen meist an Bushaltestellen, in Einkaufszentren oder in Kinos zur Verfügung und suchen in kurzer Entfernung nach Geräten, die über eine an- und unsichtbar geschaltete Bluetooth-Schnittstelle verfügen. Vor dem Herunterladen der Inhalte muss allerdings der Empfang bestätigt werden.

## Q

**Quellcode** ist der für Menschen lesbare Text eines Computerprogramms.

## R

**Retailer** ist das englische Wort für **Einzelhändler** oder Wiederverkäufer.

**Retargeting** ist ein Verfahren im **Online-Marketing**. Der Besucher z. B. eines Onlineshops wird durch einen Cookie markiert und kann somit auf anderen Webseiten mit gezielter Werbung angesprochen werden.

**Retoure** ist eine Rücklieferung an den Lieferanten oder Verkäufer aufgrund von Rückgaberechten.

## S

**Schnittstelle** oder Interface ist der Teil eines Systems, welcher der Kommunikation dient. Man unterscheidet zwischen **Datenschnittstelle** (Daten als Schnittstelle zwischen Programmen), **Maschinenschnittstelle** (Schnittstelle zwischen physischen Systemen), **Netzwerkschnittstelle** (Schnittstellen zwischen Netzwerkkomponenten), **Softwareschnittstelle** (Schnittstelle zwischen Programmen untereinander), **Benutzerschnittstelle** (Schnittstelle zwischen Mensch und Gerät).

**Scoring** steht im erweiterten Sinne für analytisch-statistische Verfahren um aus wenigen erhobenen Daten anhand von Erfahrungswerten zu Risikoeinschätzungen zu kommen.

**SEA** steht für **Search Engine Advertising** und ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings. Unter SEA versteht man die Einblendung von Werbe-Anzeigen und Sponsorenlinks (Paid Listings) auf Suchergebnisseiten.

**SEM (Search engine marketing)** ist ein Gebiet des Online-Marketings und umfasst alle Maßnahmen, die zur Gewinnung von Besuchern für eine Internetseite über Suchmaschinen dienen.

**SEO (search engine optimization)** oder auch **Suchmaschinenoptimierung**, bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking in den unbezahlten Ergebnissen auf höheren Plätzen erscheinen.

**Spam** sind unerwünschte Werbemails.

**Social Commerce** ist eine Ausprägung des E-Commerce, in der eine aktive Beteiligung des Kunden sowie die persönliche Beziehung und die Kommunikation der Kunden untereinander im Vordergrund stehen. Die Kunden können sich unter anderem am Design, am Marketing/Verkauf oder an Kaufempfehlungen beteiligen.

**Social Media** sind Plattformen, auf denen Menschen ermöglicht wird, soziale Beziehungen zu knüpfen.

**Social Tagging** ist eine Form der freien Verschlagwortung. User haben hier die Möglichkeit, jegliche Begriffe zu verwenden und zu schreiben, wie sie es für richtig halten.

**Software** ist ein Sammelbegriff für Computerprogramme und deren dazugehörigen Daten.

**Suchmaschine** ist ein Programm, welches zur Suche nach Daten auf dem Computer, im Computernetzwerk oder im World Wide Web dient.

**Startup** ist ein kürzlich gegründetes Unternehmen, welches sich in der ersten Lebenszyklusphase befindet. Ein Startup zeichnet sich charakteristisch dadurch aus, dass es ein neues Unternehmen ist, wenig finanzielle Ressourcen hat und eine besondere Geschäftsidee verfolgt.

**Supply Chain bzw. Lieferkette** ist ein Netzwerk von Organisationen, die über vor- und nachgelagerte Verbindungen an den verschiedenen Prozessen und Tätigkeiten der Wertschöpfung in Form von Produkten und Dienstleistungen für den Endkunden beteiligt sind.

**Surfen** ist das gleichzeitige oder aufeinanderfolgende Betrachten von Webseiten im Internet.

## T

**Targeting** ist ein **Marketinginstrument** und bezeichnet das zielgruppenorientierte Einblenden von Werbung auf Webseiten und Apps. Ziel dieses Marketinginstruments ist es, durch eine möglichst genaue Definition der Zielgruppe dem Nutzer passgenaue Werbung einzuspielen. Bei einem präzisen Targeting ist die Chance höher, die richtige Zielgruppe anzusprechen.

**Technical SEO** ist ein Teilbereich der **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** und setzt den Fokus vor allem auf die technischen Optimierungsmöglichkeiten einer Webseite. Zum technischen SEO Bereich zählen verschiedenen Komponente, wie der Quellcode oder die Webserverkonfiguration.

**Text-Link** ist ein Text, der als Hyperlink fungiert. Der Text ist mit einem Verweis auf eine Zieladresse verbunden. Sofern man auf diesen Text-Link klickt, wird man zum Ziel geführt.

**Time-to-market** oder Produkteinführungszeit beschreibt die Dauer von der Produktentwicklung bis zur Platzierung des Produkts am Markt.

**Topseller** sind Produkte oder Dienstleistungen, die öfter als andere verkauft werden. Viele Händler veröffentlichen solche Übersichten meist in „Bestseller“ oder „Top 10-Listen“.

## U

**Usability** ist der Grad an Qualität, in welchem der Benutzer die Interaktion mit etwas erlebt, zum Beispiel die Usability eines Online-Shops.

**User** sind Menschen, die erworbene oder bereitgestellte Soft- oder Hardware persönlich verwenden.

**User-Experience** oder zu Deutsch „**Nutzererlebnis**“ beschreibt alle Aspekte, die der Nutzer bei der Interaktion mit einem Produkt, Dienst, einer Umgebung oder Einrichtung macht. Dazu zählen auch Software und IT-Systeme.

## V

**Virtual Reality (VR)** ist die Darstellung und Wahrnehmung einer am computergeschaffenen, künstlichen Umgebung, in die Nutzer „eintauchen“ können (z. B. Computerspiele, Anprobe, Rundgang, etc.).

**virtuell**, künstlich und nicht real.

## W

**Webseite** ist eine Homepage bzw. die Internetpräsenz eines Unternehmens (Otto, ebay, REWE) oder einer Privatperson.

**Website-Optimierung** umfasst mehrere Möglichkeiten, um den Internetauftritt einer Plattform oder Firma zu optimieren. Darunter zählt die Suchmaschinenoptimierung, die laufende Aktualisierung der Website, Bereitstellung nützlicher Inhalte, eine gute Übersicht und leichte Bedienbarkeit der Website und natürlich ein gutes und ansprechendes Webdesign.

**Werbekbanner** ist eine Form der audiovisuellen Werbung im Internet. Dieser ist mit einem Link verknüpft der auf eine Website mit dem beworbenen Produkt führt.

**Werbemittel** sind die objektivierte Form der Werbebotschaft. Dazu zählen zum Beispiel Werbekbanner und Ads im Onlinebereich.

**Werbestrategie** umspannt ein Bündel strategischer Entscheidungen, mit denen die bei der Werbung eines Werbetreibenden zu verfolgenden Prioritäten festgelegt werden.

**Werbeträger** sind Medien, mit deren Hilfe Werbemittel übertragen werden. Zu den Werbeträgern gehören Printmedien wie Zeitungen und Zeitschriften, Fernsehen und Hörfunk, Plakate in öffentlichen oder privaten Verkehrsmitteln oder beispielsweise auf Einkaufsstätten oder Streichholzschachteln.

**Wettbewerb** bezeichnet das Streben von mindestens zwei Unternehmen nach dem gleichen Ziel.

**Workflow** ist eine festgelegte Reihenfolge von Aktivitäten in einer Organisation.

**World Wide Web (WWW)** ist der Begriff für das über das Internet abrufbare System von Webseiten.

**X**

**Y**

**Z**

**Zielgruppe** beschreibt eine bestimmte Menge von Marktteilnehmern, die auf kommunikationspolitische Maßnahmen homogener reagieren als der Gesamtmarkt.