

## > Glossar

### Online Werbung

news network world internetservice GmbH  
A-1020 Wien · Taborstraße 1-3

Telefon +43 (0)1 245 20-0  
Telefax +43 (0)1 245 20-5440

networkworld@vgn.at  
www.vgn.at

## > A

<b>Ad Clicks</b>	Diese Größe gibt die Anzahl der erfolgten Clicks durch »User auf ein Werbemittel an.
<b>Ad Impressions (Als)</b>	Als Ad Impressions werden Werbekontakte bezeichnet, also die Anzahl der Seitenaufrufe und dadurch entstandenen Sichtkontakte eines Werbemittels durch die Nutzer.
<b>Ad Sense</b>	Angebot von Google, das Werbeanzeigen auf Webseiten platziert. Die Auswahl der Anzeigen richtet sich nach den übrigen Texten auf der »Website und wird automatisch durch Google erzeugt. Klickt ein Nutzer auf eine Anzeige, verdienen der Betreiber der »Website und Google.
<b>Ad Server</b>	Ad Server steuern die Auslieferung der Werbemittel und messen die erfolgten Kontakte mit »Usern (»Ad Impressions und »Ad Clicks).
<b>Advertorial</b>	Der Begriff Advertorial bildet sich aus dem englischen Wort advertisement und Editorial. Er bezeichnet Werbeanzeigen mit redaktioneller Aufmachung.
<b>Ad Words</b>	Text-Annoncen, die bei der Eingabe eines Suchwortes auf Google neben den Ergebnissen eingeblendet werden. Der Klick auf die Annonce ist für den Auftraggebenden kostenpflichtig.
<b>Affiliate Marketing</b>	Plattform, bei der Produkthanbieter und »Content-Sites zusammengebracht werden. Die Plattform stellt entsprechende Werbemittel zur Verfügung. Sollte ein sogenannter Publisher über seine Site ein Produktinteresse (Lead) vermitteln erhält er eine Provision vom Advertiser und die Affiliate-Plattform bezieht ebenfalls Provision.
<b>App</b>	App, kurz für Applikation, bezeichnet ein Anwendungssoftware Programm zur Lösung von Benutzerproblemen wie zum Beispiel Textverarbeitung, Bildbearbeitung oder Spiele. Im deutschen Sprachraum sind mit App oftmals mobile Apps gemeint, also Anwendungssoftware für Mobilgeräte.

## > B

### Banner

Oft auch als Überbegriff für alle Werbeeinblendung auf »Websites verwendet. Durch einen »Link mit der »Website des Werbetreibenden verknüpft. Man unterscheidet zwischen Banner (468 x 60 »Pixel) und SuperBanner (728 x 90 »Pixel).

### Blog

Blog oder auch Weblog, eine Wortkreuzung aus World Wide Web und Logbuch, ist ein öffentlich geführtes auf einer »Website einsichtliches Tagebuch oder Journal. Meistens beschäftigt sich der Schreibende, Blogger genannt, mit einem speziellen Thema wie z. B. Mode, Essen oder Elektronik.

### Bookmark

Zu Deutsch „Lesezeichen“ oder „Favoriten“ erlauben es dem »User »Websites, die ihn besonders interessieren, durch Verlinkung im »Browser schnell zugänglich zu machen.

### Browser

Programm zum Betrachten von »Websites im »World Wide Web. Zu den Bekanntesten zählen Internet Explorer, Firefox, Chrome und Safari.

## > C

### Channel

Durch „Channels“ wird das Angebot von »Websites in Themenbereiche gegliedert (welche in der »Navigation anwählbar sind) wie z. B. Sport, Leute oder Technologie.

### Client

Programm, das auf den lokal genutzten Rechner heruntergeladen wird, um eine Anwendung durchzuführen, z. B. »Browser oder Messenger.

### Content

Als „Content“ wird der Inhalt (Text, Bilder, Videos, etc.) einer »Website bezeichnet.

### Content Integration

Onlinewerbeform. Anzeige, die im direkten Zusammenhang zum redaktionellen Inhalt steht.

### Content Overlay

„Content Overlay“ bezeichnet die Überlagerung des »Contents einer »Website mit einer Werbeform.

<b>Conversion Rate</b>	Verhältnis von Besucher und Benutzer einer »Website; „Benutzen“ heißt in diesem Zusammenhang, z. B. ein Kaufvorgang oder eine Registrierung.
<b>Cookie</b>	Datei, die während des Surfens verschiedene Informationen über den Nutzer mitschreibt (z. B. besuchte Sites, Nutzungsdauer, genutzter »Browser). Cookies spielen z. B. im »Affiliate Marketing eine wichtige Rolle.
<b>CPC</b>	Cost per Click; Abrechnungsmodell; Kosten, die fällig werden, wenn ein Nutzer ein Werbemittel anklickt.
<b>CPL</b>	Cost per Lead; Abrechnungsmodell; Kosten, die nur dann entstehen, wenn die »User über das Werbemittel auf der »Website des Kunden z. B. einen »Newsletter bestellen oder an einem Gewinnspiel teilnehmen.
<b>CPM</b>	Cost per Mille; Abrechnungsmodell bei dem der Werbetreibende jeweils für 1000 »Ad Impressions seiner Anzeige einen bestimmten Betrag zahlt (siehe »TKP).
<b>CPO/CPS</b>	Cost per Order/Sale; Abrechnungsmodell; Provision, die der Werbetreibende leisten muss, wenn nach dem Anklicken eines Werbemittels eine Order ausgeführt wird.
<b>CPX</b>	Cost per Action; Sammelbegriff für alle performanceorientierten Abrechnungsmodelle (»CPC, »CPO, »CPL).
<b>Crossmedia</b>	Unter Crossmedia versteht man den Einsatz mehrerer Medienkanäle wie z. B. Print und Online oder TV und Radio) in der Mediaplanung.
<b>CTR</b>	Click-Through-Rate; Anzahl von Klicks auf Werbung im Verhältnis zu dargestellten »Ad Impressions, z. B. 100-mal angezeigt, 1-mal geklickt ergibt eine CTR von 1%.
<b>&gt;D</b>	
<b>Displaywerbung</b>	Grafische Werbemittel, bestehend aus Bildern, Animationen und/oder Videos, bezeichnet man als Displaywerbung. Im

Gegensatz dazu stehen z. B. Textanzeigen. Displaywerbung wird vorallem zur Imagebildung oder Bekanntmachung einer Marke oder Produkten verwendet.

#### Domain

Die „Domain“ ist die weltweit eindeutige Adresse einer »**Website** wie z. B. www.news.at. Der letzte Teil der Adresse bezeichnet entweder das Herkunftsland (hier steht „at“ für Österreich) oder den Typus (z. B. „com“ für kommerziell).

#### Download

Bezeichnet das Herunterladen von Dateien über einen »**Link** einer »**Website** auf den eigenen Computer.

## > E

#### E-Junior-Page

Onlinewerbeform, vergleichbar mit »**Sitebar**, nur nicht skalierbar und meist innerhalb des »**Contents** ausgespielt.

#### E-Mail Marketing

Marketing via Versendung von E-Mails an einen großen Verteiler.

#### Expandable Ad

Onlinewerbeform. Anzeige, die sich bei der Berührung mit der Maus erweitert (siehe »**Flap Banner/Sky**).

## > F

#### Fixed price

Preis für eine Anzeige, die für einen festgelegten Zeitraum geschaltet wird, mit einer garantierten Anzahl von »**Ad Impressions**. Im Gegensatz dazu stehen die »**TKP-** und »**CPX-Modelle**.

#### Flap Banner/Skyscraper

Positioniert der »**User** seinen Mauszeiger auf einem „Flap Banner“ vergrößert sich dieser (z. B. von 60 »**Pixel** auf 400 »**Pixel** Höhe). Der vorhin verborgene Teil liegt dann über dem »**Content** der »**Website**.

#### Flash

Mit Adobe Flash können »**multimediale** Inhalte, sogenannte „Flash Filme“, erstellt werden. Die resultierenden Dateien liegen im SWF-Format (ShockWave Flash) vor.

**Flash Layer**

Transparente Anzeige, die sich über die »Homepage legt (siehe »Content Overlay).

**Frequency Cap**

Modell zu Bestimmung der Häufigkeit, mit der ein »User eine bestimmte Werbemittel zu sehen bekommt. Gewährleistet, dass ein Benutzer mehr unterschiedliche Werbemittel sieht. Ein Frequency Cap 2/24 z. B. bedeutet, dass Nutzer innerhalb von 24 Stunden eine Anzeige nur 2-mal auf einer Seite zu sehen bekommt.

**>G****Gesteuert**

Im Gegensatz zu »RON oder »ROS Auslieferung werden Werbemittel „gesteuert“ nur auf gewissen »Websites oder »Channels ausgespielt.

**GIF**

Das „Graphic Interchange Format“ ist ein Grafik-Format in dem auch mehrere Einzelbilder in einer Datei abgespeichert werden können welche von »Browsern als »Animation interpretiert werden (Animated GIF).

**>H****Homepage**

Als „Homepage“ bezeichnet man die Hauptseite einer »Website die in den meisten Fällen mit der Startseite ident ist.

**HTML**

Die „Hypertext Markup Language“ ist eine textbasierte Zeichensprache zur Strukturierung von Inhalten wie Text, Bilder, etc. in Dokumenten die im »World Wide Web dargestellt werden.

**HTTP**

Das „Hypertext Transfer Protocol“ ist ein Protokoll zur Übertragung von Daten welches hauptsächlich zum Laden von »Websites und anderen Daten in einem »Browser verwendet wird.

## > I

### IAB

Der IAB (Internet Advertising Bureau) Austria wurde 1999 gegründet und ist ein gemeinnütziger Verein, der sich der qualitativen und quantitativen Förderung von Online-Werbung in Österreich widmet. Siehe [www.iab-austria.at](http://www.iab-austria.at)

### Internet

Weltweites Rechnernetz das ursprünglich für militärische Zwecke entwickelt wurde.

### Inventory

Fachbegriff für die Gesamtanzahl an »Ad Impressions oder »Page Impressions, die eine Site zu Verfügung hat.

### IVW

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbemitteln. Gezählt werden »Visits und »Page Impressions. Siehe [www.ivw.eu](http://www.ivw.eu)

## > J

### Java

Eine Programmiersprache u. a. zur Gestaltung von »Websites.

### JPEG

Ein Grafik-Format das von der „Joint Photographic Experts Group“ entwickelt wurde.

## > K

### Keyword Advertising

Beim Keyword Advertising werden Werbemittel auf einer »Website, abhängig von bestimmten Schlüsselwörtern (Keywords) dargestellt.

## > L

### L-AD

Onlinewerbeform die L-förmig die »Website umrandet. Be-

steht aus einer Fläche über der »Website (728 x 90 »Pixel), sowie neben der »Website (120 x 600 »Pixel).

**Landingpage**

Die Landingpage ist eine speziell erstellte »Website oder Unterseite einer Website, die durch Klick auf ein Werbemittel erscheint. Die Landingpage wird für einen Werbeträger zielgruppenspezifisch optimiert und hat ein bestimmtes Angebot im Mittelpunkt.

**Laufzeit**

Bezieht sich auf die Zeit während der ein Werbemittel auf einer »Website geschaltet wird.

**Layer Ad**

Eine Werbeform im »Internet die sich direkt und für eine beschränkte Zeit über den Inhalt einer »Website legt. Dabei kann die Werbung jede Form haben.

**Link**

Als „Hyperlink“ (kurz Link) bezeichnet man den Verweis auf ein anderes Dokument einer »Website oder auf eine andere »Website.

**> M****Medium Rectangle**

Onlinewerbeform. Anzeigenplatzierung mitten im redaktionellen Inhalt einer Internetseite; ist im Printbereich mit den Inselanzeigen vergleichbar.

**Microsite**

„Microsites“ sind von der eigentlichen »Website unabhängige, eigenständige kleine Internetpräsenzen mit geringer Navigationsstiefe.

**Mobile Advertising**

Unter Mobile Advertising versteht man Werbeeinschaltungen auf mobilen Endgeräten wie Smartphones.

**Mouse Over**

Mit „Mouse Over“ werden Effekte oder Ereignisse benannt die nur dann eintreten, wenn der »User den Mauszeiger auf dem Werbemittel positioniert (z. B. Tonspur wird bei Mouse Over abgespielt).

**Multimedia**

Bezeichnet die Kombination verschiedener, meist digitaler, Medien wie z. B. Text, Fotografie, Grafik, »Animation, Audio und Video.



## > N

### Navigation

Als „Navigation“ bezeichnet man die »Links einer »Website über die man zu den jeweiligen Unterseiten gelangt.

### Nettoreichweite

Als Nettoreichweite bezeichnet man die »Unique Users.

### Newsletter

Newsletter sind regelmäßig erscheinende Publikationen zu einem gewissen Thema das für die Abonennten von Interesse ist. Meistens werden Newsletter via E-Mail versandt.

### Nielsen Netratings

Marktforschungsunternehmen das das Surfverhalten spezifischer Nutzergruppen untersucht. Siehe [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)

## > O

### ÖWA

Die ÖWA (Österreichische Webanalyse) hat es sich zur Aufgabe gemacht, den österreichischen Online-Werbemarkt transparenter zu gestalten und zu fördern. Neben der Erhebung und Veröffentlichung objektiver und vergleichbarer Zugriffsdaten von Online-Angeboten, bietet die ÖWA umfassende Informationen rund um das Thema Online-Werbemarkt. Siehe [www.oewa.at](http://www.oewa.at)

### ÖWA+

Während ÖWA Basic ein quantitatives Messverfahren darstellt bei dem lediglich die Endgeräte – also die PC´s – erfasst werden, baut ÖWA+ auf diesem auf. Mit der Erhebung von Reichweiten und Strukturdaten sind somit Aussagen darüber möglich, wie viele und welche Menschen die jeweiligen Internet-Sites besuchen. ÖWA+ ist somit eine qualitative Erhebungsmethode. Siehe [www.oewa.at](http://www.oewa.at)

## > P

### Page Impression

Anzahl von Abrufen einer »Website durch ihre Nutzer; wichtiges Maß zur Bewertung der Quantität von Werbemaßnahmen im »Internet.

<b>PDF</b>	Das „Portable Document Format“ ist ein plattformübergreifendes Dateiformat für Dokumente. Die als PDF abgespeicherten Dokumente werden auf allen Systemen gleich dargestellt (im Gegensatz zu Word Dokumenten in denen z. B. fehlende Schriftarten ersetzt werden).
<b>Performance Marketing</b>	Typisches Modell des Performance Marketing ist das »CPX-Modell. Performance Marketing bedeutet, dass eine konkrete Handlung stattfinden muss, z. B. ein Klick, eine Anmeldung oder ein Kauf. Anders ist das »TKP-Geschäft, bei dem lediglich ein Kontakt stattfinden muss.
<b>Pixel</b>	Kleinste Einheit einer digitalen Grafik.
<b>Platzierung</b>	„Platzierung“ bedeutet, dass ein Werbemittel für eine gewisse Zeitspanne auf einem bestimmten Platz der »Website zu sehen ist (im Gegensatz zu »ROS).
<b>Podcast</b>	Medien-datei in Form einer Audiodatei oder eines Videos, die abonniert, und aus dem »Internet heruntergeladen werden kann, um sie zeit- und ortsunabhängig auch ohne Internetverbindung abzuspielen oder zu archivieren.
<b>Pop Up</b>	Werbung die sich im Vordergrund einer »Website in einem eigenen Fenster öffnet.
<b>Pop Under</b>	Werbung die sich hinter einer »Website verbirgt und somit erst beim Schließen sichtbar wird.
<b>Portal</b>	Portale oder Webportale sind »Websites die Information rund um ein bestimmtes Thema anbieten. Meistens besteht das Angebot aus regelmäßig benötigten Diensten (wie z. B. Nachrichtenportale).
<b>Post Roll Video Ad</b>	Werbeform aus dem Videobereich. Ein Spot wird nach dem redaktionellen Inhalt abgespielt.
<b>Predictive Behavioral Targeting</b>	Beim Predictive Behavioral »Targeting werden Messdaten aus dem Surfverhalten von »Usern mit Befragungs- oder Registrierungsdaten kombiniert. Dadurch können Werbemittel an vermutete Zielgruppen ausgeliefert werden.
<b>Pre Roll Video Ad</b>	Werbeform aus dem Videobereich. Ein Spot wird vor dem redaktionellen Inhalt abgespielt.

## Provider

Als Provider werden Anbieter verschiedener Dienste bezeichnet wie z. B. Internetprovider (stellen Inhalte und Dienste im »Internet zur Verfügung).

## > R

### Reach

Fachbegriff, der üblicherweise für die Reichweite einer »Website verwendet wird.

### Rich-Media-Banner

»Multimediale Werbemittel, in denen sich Funktionen wie Spiele, Feedback-Formulare, Video oder Audio integrieren lassen.

### RON

„Run Over Network“ heißt, dass das Werbemittel im ganzen vermarkteten Netzwerk ausgespielt wird. Das Netzwerk besteht aus mehreren »Websites.

### ROS

„Run Over Site“ heißt, dass das Werbemittel überall auf der »Website (d.h. auch auf allen Unterseiten) platziert werden kann.

## > S

### Search Engine

Search Engines - zu Deutsch „Suchmaschinen“ - sind Programme mit denen nach Informationen im »World Wide Web gesucht werden kann. Zu den Bekanntesten zählen Google, Yahoo und Bing.

### SEM

»Search Engine Marketing (dt.: Suchmaschinenmarketing); umfasst alle Maßnahmen zur Gewinnung qualifizierte Besucher für eine Webpräsenz über Websuchmaschinen. Anbieter ist vor allem Google (»Ad Words).

### SEO

»Search Engine Optimization (dt.: Suchmaschinenoptimierung; Fachbegriff für Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen auf höheren Plätzen erscheinen.

<b>Server</b>	Rechner oder Programm, das in einem Computernetz zentrale Dienste zur Verfügung stellt, die von Kunden abgerufen werden können. Jede »Website, die online ist, benötigt einen Server.
<b>Sitebar</b>	Großflächige Onlinewerbeform am rechten Bildrand einer »Website, die sich je nach »Browsergröße skaliert.
<b>Skyscraper</b>	Onlinewerbeform. Senkrechte Anzeige, die immer rechts vom redaktionellen Inhalt einer Internetseite platziert ist (160 x 600 »Pixel).
<b>Sound Off</b>	Enthält ein Werbemittel auch eine Tonspur, so wird diese nur abgespielt, wenn der »User den Mauszeiger auf dem Werbemittel platziert um eine ungewollte Belästigung der Kunden zu verhindern. Diesen Effekt bezeichnet man als „Sound Off“.
<b>Soziale Netzwerke</b>	»Web 2.0-Anwendungen, in denen Nutzer eigene Profile hochladen. Bekannteste Anbieter sind Facebook, Twitter und Xing.
<b>Streaming</b>	Als „Streaming“ bezeichnet man die kontinuierliche Übertragung von Daten.
<b>&gt;T</b>	
<b>Tag</b>	Quellcode, der auf einer Seite platziert ist und einem Inhalt zugewiesen wird, um die Seite über eine Suchmaschine präzise abrufbar zu machen. Tags werden auch zur Auslieferung der Werbemittel über einen »Ad Server verwendet.
<b>Tag-in-Tag-Schaltung</b>	Kampagnen, die über mehr als einen »Ad Server geschaltet werden. Man spricht von einer Tag-in-Tag-Schaltung, wenn das Werbemittel von einem »Ad Server präsentiert wird, der wiederum durch einen anderen »Ad Server am Werbeträger eingebunden ist.
<b>Targeting</b>	Modell für kundenspezifisches Marketing und zielgruppenorientierte Werbung. Dabei wird anhand verschiedenartiger Kriterien Werbung speziell für ausgewählte Nutzer eingeblendet.

<b>Teaser</b>	Kleines Werbeformat das im »Content der »Website platziert ist und auf weitere Inhalte (oft »Microsites) verlinkt.
<b>TKP</b>	Tausend-Kontakt-Preis, der für 1000 »Ad Impressions der werbeführenden Seite im »Internet bezahlt werden muss (siehe »CPM).
<b>TPI</b>	Total Performance Index; Controlling-Kennzahl, die angibt, welchen Umsatz eine Site mit 1000 Page Impressions erreicht. »TKP und TPI unterscheiden sich dadurch, dass sich der »TKP auf die »Ad Impressions und der TPI auf die »Page Impressions bezieht. Die Kennzahlen fallen u.a. dadurch auseinander, dass bestimmte Klicks ohne Werbung anfallen und »Frequency Caps angewendet werden.
<b>Tracking</b>	Modell zur Verfolgung von Nutzerbewegungen im Internet. Tracking ist eine wichtige Voraussetzung für die Erfolgskontrolle im Onlinemarketing.
<b>Traffic</b>	Anzahl der Zugriffe auf eine Seite (Datenverkehr, der auf einem Webserver herrscht). Umgangssprachlich benutzt für »Page Impressions, »Unique Users oder »Visits.
<b>&gt; U</b>	
<b>UAP</b>	Kurz für „Universal Ad Package“. Das UAP ist die Kombination beliebter Werbeformen (»Medium Rectangle, SuperBanner (siehe »Banner) und »Skyscraper), die im Paket gebucht werden.
<b>Unique Clients</b>	Maß für die Anzahl der Clients (Besucher) einer »Website. Dabei wird innerhalb eines bestimmten Zeitraums jeder Client nur einmal gezählt, egal wie oft er die Seite eigentlich öffnet. Als Besucher werden hier die Geräte (z. B. Laptop, Smartphone, ...) verstanden über die die »User agieren.
<b>Unique User</b>	Bezeichnung für den „einzelnen Nutzer“, die zum Ausdruck bringt, wie viele einzelne Menschen in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit einem Werbemittel hatten.

**URL** Der „Uniform Resource Locator“ ist die Adresse einer Seite im »Internet (z. B. www.news.at).

**User** „User“ sind Anwender oder Benutzer z. B. einer »Website.

**UU-Targeting** Die Bezeichnung „»Unique User-Targeting“ wird verwendet, wenn ein Werbemittel einem bestimmten »User nur einmal präsentiert wird.



**Vermarkter** Unternehmen, das stellvertretend für den Webseiteninhaber Werbefläche auf der »Website vermarktet.

**Visits** Der zusammenhängende Nutzungsvorgang eines Besuchers auf einer »Website, also die einzelnen Zugriffe auf die »Website.



**Wallpaper** Onlinewerbeform, andere Bezeichnung für Sitebranding.

**Web 2.0** Sammelbegriff zur Definition einer neuen Generation von Internetangeboten, deren Nutzer aktiv (z. B. durch Bewertung, Kommentierung und Uploads) an der Gestaltung von Internetseiten mitwirken.

**Webdesign** Als Webdesign bezeichnet man die inhaltliche Gestaltung einer »Website (Navigationsstruktur, Grafiken, Inhalte,...).

**Website** Ein Angebot innerhalb des »World Wide Web das aus mehreren Seiten besteht (z. B. www.news.at).

**Widget** Kleines, grafisches Hilfsprogramm, das von Betriebssystemen und »Browsern unterstützt und von »sozialen Netzwerken angewendet wird. Typische Widgets sind Uhren, Kalender, Wetterkarten, Spiele, virtuelle Visitenkarten...

**World Wide Web** Ein Netz von Dokumenten im »Internet die durch Verknüpfungen (»Links) miteinander verbunden sind.