

SOCIAL MEDIA GLOSSAR

für die Mitgliedseinrichtungen des BVkE



**Wichtige Begriffe aus der Welt von
Facebook, Twitter und Instagram**

ABONNENT*INNEN	4
ALGORITHMUS	4
BEZAHLTE REICHWEITE	5
CHRONIK / ZEITLEISTE	5
COMMUNITY MANAGEMENT	5
CONTENT MARKETING	6
CONTENT RATE	6
CREATIVE COMMONS	7
ERWÄHNUNG	8
FACEBOOK FANS	9
FACEBOOK GRUPPE	9
FACEBOOK NETZWERK	9
FACEBOOK NOTIZEN	9
FACEBOOK REICHWEITE	10
FAN	11
FEED	11
FOLLOWER*INNEN	11
FREUND*IN	12
GEFÄLLT MIR	13
GIF	13
GRUPPE	13
HASHTAG	14
HEADERBILD	14
INTERAKTIONSRATE (ENGAGEMENT)	15
KLICKRATE (CLICK-THROUGH-RATE; CTR)	16

KONVERSIONEN	16
MESSENGER	17
NEWSFEED	18
OFFIZIELLE SEITE	19
ORGANISCHE REICHWEITE	19
PERSÖNLICHES KONTO	20
POST	20
PROFIL	20
REICHWEITE	21
RETWEET	21
SHITSTORM	22
SOCIAL MEDIA MANAGEMENT	22
SOCIAL MEDIA MARKETING	22
SOCIAL MEDIA MONITORING	23
SPAM	23
TEILEN	24
THREAD	24
TROLL	24
TWEET	25
TWITTER	25
VERIFIZIERT	26

Abonent*innen

Nichtfreund*innen, die die Updates eines Profils oder einer Seite abonniert haben.

Algorithmus

Regelbasiertes Handlungsverfahren für Rechenvorgänge oder die Lösung von Problemen. Algorithmen sind ein wichtiger Bestandteil der Informatik und sorgen dafür, dass all die Software läuft, mit der die heutige Welt betrieben wird. Im Bereich Social Media legen die wichtigsten Algorithmen fest, welche Inhalte wir zu sehen bekommen. So zeigt zum Beispiel Ihr Facebook Newsfeed nicht jede einzelne Statusaktualisierung und jedes Foto von allen Ihren Freunden an, sondern eine von Algorithmen gesteuerte Content-Auswahl, die Facebook für sehenswert hält. Twitter und Facebook arbeiten zudem mit Algorithmen, die feststellen, welche Themen und Hashtags gerade im Trend liegen.

Social Media Algorithmen haben – ähnlich wie die Algorithmen, mit denen Suchmaschinen funktionieren – eine massive Auswirkung darauf, wie sichtbar Sie online sind. Die sicherste Methode, um eine bessere Position einzunehmen: Schalten Sie Anzeigen.

Bezahlte Reichweite

Gesamtzahl der Personen, die von Ihnen veröffentlichte Werbeanzeigen und gesponserte Beiträge zu sehen bekommen. So werden z. B. Werbeanzeigen auf Facebook als gesponserte Inhalte bezeichnet, auf Twitter hingegen als gesponserte Tweets. Die bezahlte Reichweite schließt im Allgemeinen ein größeres Netzwerk ein als die organische; Inhalte haben damit die Chance, von Menschen außerhalb eines bestimmten Kreises gesehen zu werden. Man kann auch spezielle Inhalte an Zielgruppen senden, die sich an einem bestimmten Standort befinden oder gemeinsame Interessen haben.

Chronik / Zeitleiste

(englisch Timeline) = aktuelles Layout von Facebook Profilen und Seiten, das auch das Rückdatieren von Beiträgen und damit die chronologische Darstellung ganzer Lebensläufe oder Firmengeschichten ermöglicht.

Community Management

Aufbau einer Beziehungsstruktur rund um ein gemeinsames Interesse. Wird üblicherweise praktiziert, indem man die Aktivitäten jener Leute, die sich für das betreffende Thema interessieren, beobachtet und mit ihnen interagiert. Ziel ist die Pflege von Beziehungen, damit die Community öffentlich als Fürsprecher für das gemeinsame Interesse auftritt.

Content Marketing

Eine Marketing-Strategie, die darauf beruht, Kunden durch die Erstellung und Verbreitung wertiger Inhalte – wie Videos, White Papers, Leitfäden und Infografiken – zu gewinnen und zu binden. Durch die Bereitstellung nützlicher, unterhaltender oder lehrreicher Medieninhalte sollen die Kundentreue gesteigert und Entscheidungen beeinflusst werden.

Content Rate

Die Menge an Inhalten, die während einer bestimmten Zeitspanne erstellt werden.

Creative Commons

Ein öffentliches Nutzungsrecht, das Ihnen die Möglichkeit gibt, ansonsten Copyright-geschützte Materialien zu verwenden und teilen. Als Social Media Nutzer*innen kommen Sie oft mit Creative Commons in Berührung, wenn Sie nach Fotos und Bildern suchen, die eine Social Media Nachricht illustrieren sollen. In diesem Fall kann man – wenn man keine eigenen Bilder erstellt oder die ausdrückliche Genehmigung des Rechteinhabers hat – nur Creative-Commons-Bilder verwenden. Seiten wie Google Image Search und Flickr sind mit Filtern ausgestattet, die eine mühelose Suche nach Creative-Commons-Fotos ermöglichen. **Seien Sie trotzdem vorsichtig:** Es gibt unterschiedliche Creative-Commons-Lizenzen, und manche davon legen auch fest, ob ein Bild zu kommerziellen Zwecken genutzt oder modifiziert werden darf und welche Angaben zum Werk gemacht werden müssen.

Erwähnung

Markieren (taggen) des Social Media Nutzernamens oder Kontos anderer Nutzer*innen in einer Social Media Nachricht. Eine Erwähnung führt im Regelfall dazu, dass die Nutzer*innen benachrichtigt werden; sie ist also ein entscheidender Teil dessen, was die Sozialen Medien »sozial« macht.

Facebook Fans

Menschen, die Ihre Facebook Seite mit »Gefällt mir« markiert haben.

Facebook Gruppe

Ein Ort auf Facebook, an dem Sie mit einer ausgewählten Gruppe anderer Personen kommunizieren und Inhalte teilen können. Es gibt drei Gruppenarten: öffentlich, geschlossen und geheim. Achten Sie darauf, die Privatsphäre-Einstellungen jeder Gruppe zu verstehen, der Sie beitreten.

Facebook Netzwerk

Das Netz der Menschen, mit denen Sie auf Facebook befreundet sind. Der Begriff drückt das Gefühl von Verbundenheit aus, die Nutzer*innen der Facebook Plattform erfahren, weil sie Zugang zu einem ganzen Netz aus Aktualisierungen und Informationen von allen Menschen in ihrem Leben haben.

Facebook Notizen

Facebook Funktion, die es ermöglicht, längere Inhalte im Blog-Format zu veröffentlichen. Facebook Nutzer*innen können ihre Notizen mit einem großen Titelbild versehen, Bilder neu formatieren sowie Links und Hashtags in den Beitrag einfügen.

Facebook Reichweite

Anzahl der **einzelnen** Nutzer*innen, die Inhalte auf Ihrer Facebook Seite zu sehen bekommen haben. Die Reichweite ist **nicht** dasselbe wie die Seitenaufrufe – bei letzteren handelt es sich um die Gesamtanzahl der Aufrufe Ihrer Inhalte (also auch das mehrfache Ansehen durch dieselben Nutzer*innen). Facebook stellt zwei Kennzahlen zur Verfügung: Gesamtreichweite und Beitragsreichweite.

- Die **Gesamtreichweite** ist die Anzahl der **einzelnen** Besucher*innen, die innerhalb der vergangenen sieben Tage **beliebige** Inhalte betrachtet haben, die mit Ihrer Facebook Seite zu tun haben – also Besucher*innen, die Ihre Beiträge gesehen haben, Ihre Seite mit einer Suchanfrage gefunden haben und die Werbeanzeigen gesehen haben, die mit Ihrer Seite zusammenhängen.
- **Beitragsreichweite** bezeichnet die Anzahl **einzelner** Besucher*innen, die einen bestimmten Facebook Beitrag aus Ihrem Newsfeed betrachtet haben.

Die beiden Hauptkategorien der Facebook Reichweite

- **Organische Reichweite** ist die unbezahlte Reichweite – sie gibt die Zahl der **einzelnen** Besucher*innen an, die Ihre Inhalte gesehen haben. Der Großteil der organischen Reichweite ergibt sich, wenn der Facebook Algorithmus Ihren Beitrag in den Newsfeed Ihrer Fans aufnimmt.
- **Bezahlte Reichweite** gibt die Anzahl der **einzelnen** Besucher*innen an, die Ihre Inhalte gesehen haben, weil Sie für beworbene Beiträge oder Anzeigen bezahlt haben.

Fan

Nutzer*in, der/die sich per Klick auf »Gefällt mir« mit einer Seite vernetzt hat.

Feed

Social Media Datenformat, das Nutzer*innen einen kontinuierlichen Strom aus Aktualisierungen und Informationen liefert.

Follower*innen

Twitter-Nutzer*innen, der Ihren Twitter Account abonniert haben, um Ihre Tweets im Feed zu sehen.

Freund*in

Person, mit der Sie über Facebook oder ein anderes soziales Netzwerk in Verbindung stehen. Im Gegensatz zu Fans oder Follower*innen muss die Verbindung zu Freund*innen von beiden Seiten bestätigt und gewünscht werden.

Gefällt mir

Die Bedeutung entspricht der in gängigen Wörterbüchern, doch in den sozialen Medien bedeutet diese Facebook Erfindung ganz allgemein, dass man einen bestimmten Inhalt mag und unterstützt. »Gefällt mir« Angaben können wie Teilen, Kommentare und Favoriten als Interaktionsformen gemessen werden. Der Facebook Algorithmus passt individuelle Content-Feeds den »Gefällt mir« Mustern der Nutzer*innen an.

GIF

Abkürzung für Graphics Interchange Format – ein Dateiformat, in dem sowohl statische als auch animierte Bilder möglich sind. GIFs wurden deshalb so beliebt, weil man damit kurze Videos in einem viel stärker komprimierten Bildformat präsentieren kann. Wenn sie GIFs brauchen, schauen Sie bei [giphy.com](https://www.giphy.com) vorbei.

Gruppe

Von Privatperson gegründete Plattform innerhalb von Facebook, die dem privaten Austausch von Meinungen zu einem bestimmten Thema dient.

Hashtag

Wort oder Wortverbindung, vor dem/der das Zeichen # steht. #Hashtags sind eine einfache Methode, das Thema (oder die Themen) von Social Media Nachrichten zu bezeichnen und diese daher für Nutzer*innen mit ähnlichen Interessen leicht auffindbar zu machen. In den meisten Sozialen Netzwerken zeigt ein Klick auf den Hashtag sämtliche öffentlichen und vor Kurzem veröffentlichten Nachrichten an, die diesen Hashtag ebenfalls enthalten. Hashtags wurden von Twitter Nutzer*innen erfunden und tauchten daher zuerst in diesem Netzwerk auf; heute kommen sie in fast allen Social Media Plattformen zum Einsatz.

Headerbild

Das Bannerbild oben im Nutzer*innen-Profil bei Facebook oder Twitter – nicht zu verwechseln mit dem Profilfoto.

Interaktionsrate (Engagement)

Der Prozentsatz aller Nutzer*innen, die Ihren Social Media Post gesehen und aktiv damit interagiert haben – also einen Link angeklickt, das angehängte Bild betrachtet, geantwortet, ihn mit »Gefällt mir« markiert, als Favorit gekennzeichnet, geteilt, als Retweet verschickt haben usw. Die Interaktions- oder Engagement-Rate ist eine wertvolle Kennzahl, mit der Sie Qualität und Erfolg Ihrer Social Media Nachrichten messen können, weil sie anzeigt, wie interessant oder nützlich Ihre Zielgruppen jede Nachricht gefunden haben. Twitter Analytics liefert Ihnen ausführliche Interaktionsraten für jeden versandten Tweet.

Klickrate (Click-through-rate; CTR)

Eine der wichtigsten Kennzahlen im Internet-Marketing. Sie hält fest, wieviele Menschen, die eine Nachricht oder einen Inhalt gesehen haben, tatsächlich die gewünschte Aktion – z. B. eine Anzeige oder den Link in einer E-Mail-Marketingkampagne anzuklicken – durchgeführt haben. Die Kennzahl wird erhoben, indem man die Anzahl der Klicks mit der der Seitenaufrufe vergleicht. Wenn beispielsweise 100 Leute Ihre Anzeige auf Google gesehen haben und nur ein*e Besucher*in diese angeklickt hat, dann beträgt die Klickrate ein Prozent.

Konversionen

Im Social Media Marketing wird als Konversion eine positive Handlung bezeichnet, die ein Besucher aus den Sozialen Medien auf einer Website tätigt. Diese Handlung zeigt, dass ein*e Besucher*in zu einem*r Kund*in »konvertiert«. Zu den Konversionen zählen nicht nur Verkäufe; viele Websites messen auch Anmeldungen zu Webinaren oder Newslettern, das Herunterladen von Inhalten oder andere wichtige Resultate, die schlussendlich zu einem Verkauf führen. Das Messen der Konversionen ist die Grundlage, um Umsätze Social Media Aktivitäten zuordnen zu können.

Messenger

App, mit der Facebook Nutzer*innen einander ohne Zeitverzögerung Nachrichten schicken können.

Newsfeed

(vom Englischen »Feed« = Einspeisung) Nachrichtenstrom aus Kopien von Beiträgen derjenigen, mit denen Sie sich vernetzt haben. Dieser Newsfeed wird entweder automatisch oder eigens von Nutzer*innen (über Listen) zusammengestellt, um über die Beiträge von anderen auf dem Laufenden zu bleiben. Facebook zeigt Newsfeeds auf der Startseite an.

Offizielle Seite

(auch Seite oder Fanseite genannt) = vom offiziellen Rechtsvertreter eines Unternehmens, einer Marke oder einer öffentlichen Person erstellte Seite innerhalb von Facebook, die grundsätzlich öffentlich ist und dem Verbreiten von Neuigkeiten sowie der Kommunikation über den Gegenstand dieser Seite dient. Andere können sich per Klick auf »Gefällt mir« mit dieser Seite vernetzen = Fan werden.

Organische Reichweite

Gesamtzahl der Einzelpersonen, die Ihre Beiträge ohne bezahlte Werbung sehen. Die organische unterscheidet sich von bezahlter Reichweite dadurch, dass sie kostenlos ist. Nutzer*innen stoßen dabei über die Feeds, Streams, Posts und Seiten ihrer Kontakte – vor allem, die von Freund*innen, Familie und Kollege*innen, vertrauenswürdigen Marken sowie Katzen und Hunde – auf Ihren Content.

Persönliches Konto

Standardkonto für reale Personen, das immer mit einem Profil verbunden ist. Von einem persönlichen Konto aus können Sie auch Gruppen gründen, Seiten erstellen, Anwendungen benutzen und überall mit anderen kommunizieren.

Post

Status Update auf Facebook oder Beitrag in einem Blog oder Forum.

Profil

Persönliche Präsenz innerhalb von Facebook, über die Sie sich mit anderen als Freund*in vernetzen und Informationen mit ihnen teilen.

Reichweite

Reichweite ist eine Kennzahl, mit der sich die potenzielle Größe des Publikums ermitteln lässt, das Sie mit einer beliebigen Nachricht erreichen können. Sie sagt nicht aus, dass auch wirklich alle Mitglieder*innen dieses Publikums Ihren Beitrag zu sehen bekommen, sondern verrät Ihnen eher die maximale Anzahl der Menschen, die Ihren Beitrag vielleicht sehen werden. Die Reichweite wird durch einen ziemlich komplexen Rechenvorgang ermittelt, in den die Anzahl Ihrer Follower*innen, Ihrer Shares und Seitenaufrufe sowie der Nettozuwachs der Follower*innen im Lauf der Zeit einfließen. Reichweite ist nicht mit Seitenaufrufen zu verwechseln.

Retweet

Tweet, der mit den Follower*innen eines anderen Accounts geteilt wird.

Shitstorm

Öffentliche Kritik an Unternehmen oder Personen. Diese Kritik reicht von Beleidigungen in den Kommentarfunktionen, massenhafte Dislikes (beispielsweise auf YouTube) über böse formulierten Hashtags, die in Bezug mit einem Unternehmen oder Person gebracht werden.

Social Media Management

Technologische und geschäftliche Verfahren zur sicheren Verwaltung von Social Media Konten, zur Förderung des Engagements der Zielgruppen und zum Messen der durch Social Media Aktivitäten erzielten Ergebnisse. Ein effektives Social Media Management ist unabdingbar, wenn man in und mit den Sozialen Medien erfolgreich sein will. Nur so kann eine Organisation sämtliche ihrer Social Media Profile im Auge behalten und unterschiedlichen Teams oder Einzelpersonen die geeigneten Zugangsberechtigungen zu diesen Konten erteilen.

Social Media Marketing

Einsatz der Sozialen Medien, um damit die Markenbekanntheit zu steigern, wichtige Zielgruppen zu bestimmen und sinnvolle Kundenbeziehungen aufzubauen.

Social Media Monitoring

Beobachten und Beantworten von Marken- und Schlagworterwähnungen in den Sozialen Medien. Social Media Monitoring ist ein wesentlicher Bestandteil des Social Media Kundenservice, des Social Media Marketings und des Community-Managements.

Spam

Unnötige und sich dauernd wiederholende Social Media Inhalte, die die Feeds der Nutzer*innen verstopfen.

Der Ausdruck wird seit den Anfangstagen des Internets für Junk-Nachrichten benutzt; er stammt aus einem Monty-Python-Sketch von 1970.

Teilen

Wiederveröffentlichung eines Inhalts auf einer Social Media Seite im Kanal anderer Nutzer*innen.

Thread

Nachrichtenstrang, der eine Konversation oder den Teil einer Konversation abbildet. Threads sind ein wichtiger Bestandteil jeder Art von Online-Kommunikation, inklusive Social Media, Web-Foren und E-Mail. Ohne sie ist es schwierig, Nachrichten in einen Kontext zu stellen oder laufenden Konversationen zu folgen. Threads beginnen mit einer ursprünglichen Nachricht, gefolgt von einer Reihe von Antworten oder Kommentaren dazu.

Troll

Netzjargon für Social Media Nutzer*innen, die vorsätzlich beleidigende oder lästige Beiträge posten, nur um andere Nutzer*innen damit zu provozieren.

Tweet

= Twitter Nachricht. Ein Tweet kann bis zu 280 Zeichen Text haben, aber auch Fotos, Videos und andere Medien enthalten. Tweets sind standardmäßig öffentlich und tauchen in Zeitleisten und Suchen auf, wenn sie nicht von geschützten Accounts oder als Direktnachrichten versandt werden.

Twitter

Social Media Netzwerk und Medienplattform, deren Nutzer*innen 280 Zeichen lange Nachrichten inklusive Fotos, Videos und anderer Inhalte veröffentlichen können. Twitter ist bekannt für seine Echtzeit-Diskussionen um aktuelle News und Trends.

Verifiziert

Wenn ein Social Media Profil nach Ermessen des jeweiligen Providers für authentisch erklärt wird; diese Maßnahme kommt vor allem bei bekannten Marken und prominenten Personen zum Einsatz, um Missbrauch zu verhindern und die Integrität der Marke oder Person hinter dem Social Media Account zu schützen.