

DRV



© Елена Бугусова, AdobeStock

GLOSSAR

Digitalisierung

DIE REISEWIRTSCHAFT
Alle Ziele. Eine Stimme.

A/B-TEST

Ein A/B-Test ist eine Testmethode, bei der es darum geht, die Reaktionen von Testpersonen auf zwei oder mehrere Varianten (z. B. einer Website) zu testen.

ABSPRUNGRATE

Ist der Prozentsatz der Besucher einer Website, welche lediglich eine einzige Website besucht und diese dann, ohne weitere Angaben zu tätigen, wieder verlässt bzw. den Prozess danach unterbricht.

ADS

Alternative Distributionssysteme (ADS) sind Hotelbuchungsplattformen wie z. B. Expedia.de oder HRS.de.

AFFILIATE-MARKETING

Ein Bereich des Online-Marketings, bei dem Websitebetreiber Werbelinks von Dritten auf ihrer Plattform platzieren, wobei die Anbieter ihre Vertriebspartner durch Provision vergüten.

AGILE ARBEITSWEISE

Agil ist das Gegenteil von schwerfällig und unbeweglich. Agile Methoden versuchen schwerfällige Planung aufzubrechen und offen zu sein für Veränderungen (z. B. Scrum, Design Thinking). Sie versuchen, leichte Abläufe einzuführen und Bürokratie auf ein sinnvolles Maß zu reduzieren. Ursprünglich kommt der Begriff aus der Softwareentwicklung. Agilität ist aber auch u. a. definiert als die Fähigkeit eines Unternehmens, sich schnell einem sich ständig verändernden Umfeld erfolgreich anzupassen und mit ihm zu wachsen.

ARBEITEN 4.0

Arbeiten 4.0 wird oft als Oberbegriff für die Arbeit im Zeitalter der Digitalisierung bzw. dem Einfluss und der Veränderungen durch die Digitalisierung auf die Arbeitswelt benutzt.

AUGMENTED REALITY

Ist die computergestützte Erweiterung der Realität durch virtuelle Elemente, wie beispielsweise das Einblenden von zusätzlichen Informationen bei einer Fußballübertragung.

AVATAR

Ein Avatar ist i. d. R. ein Bild, ein Foto oder eine andere grafische Darstellung, die von einem Nutzer in der virtuellen Welt für Internet-Profile, Apps oder Computerspiele benutzt wird.

BLOCKCHAIN

Eine Blockchain ist eine kontinuierlich erweiterbare Liste von Datensätzen, „Blöcke“ genannt, die mittels kryptographischer Verfahren (d. h. Verschlüsselungsverfahren) miteinander verkettet sind. Die Blockchain ist ein Netzwerk, i. d. R. innerhalb des Internets. Informationen werden hier nicht auf einem Server gespeichert, sondern jeweils lokal, auf allen Rechnern im Netzwerk, was diese Art der Datenspeicherung besonders sicher macht.

BLOG

Ist ein „Online-Tagebuch“ in dem ein Autor (Blogger) persönliche Gedanken und Inhalte verfassen kann. Der Begriff „Blog“ setzt sich aus den Begriffen „World Wide Web“ und „Log“ von Logbuch zusammen, sprich Weblog.

BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B)

Hierbei richtet sich ein Unternehmen an ein anderes. Es geht dabei um Geschäftsbeziehungen zwischen mindestens zwei oder mehr Unternehmen.

BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C)

Dabei richtet sich ein Unternehmen direkt an den Konsumenten.

CHATBOT

Ein Chatbot ist ein Computerprogramm zur Simulation von Gesprächen oder Texten mit menschlichen Benutzern, insbesondere über das Internet.

CLOUD

Cloud oder Cloud Computing bedeutet, dass man Speicherplatz, Rechenleistung oder Anwendungssoftware als Dienstleistung internetbasiert bereitstellt. Die Nutzung dieser Infrastrukturen erfolgt vorwiegend über Programme auf den zugreifenden Geräten (Clients) sowie über den Webbrowser.

COMPUTERRESERVIERUNGSSYSTEM (CRS)

Liefere unter anderem Infos zu Flugplänen, Flugpreisen und den touristischen Leistungen. Es gibt verschiedene CRS, die die Buchungen erleichtern.

CONTENT

Von Anbietern und Nutzern produzierter Inhalt z. B. einer Website, eines Katalogs oder eines Social Media-Kanals (z. B. Text, Bilder).

CONVERSION

Jeder einzelne Schritt des Kunden in Online-Vertriebsprozessen im Kaufprozess stellt eine sog. Conversion dar. Im Marketing wird der Begriff genutzt, um die Umwandlung von einem Status einer Zielperson in einen neuen Status zu bezeichnen, z. B. vom Interessenten zum Kunden.

CONVERSION-RATE

Beschreibt das Verhältnis zwischen Website-Besuchern und von diesen getätigten Transaktionen.

COOKIE

Datensätze, welche typischerweise Daten über besuchte Websites speichern und von einem Webserver auf den Computer des Nutzers abgelegt werden.

CROSS CHANNEL

Ermöglicht dem Käufer im Rahmen seines Kaufprozesses, den Kanal zu wechseln. Es kommen mehrere interagierende Kanäle zum Einsatz, wobei die Datenzentrale der Kanäle identisch ist.

CROSS SELLING

Bezeichnet die Bemühung des Händlers, dem Kunden bei der Präsentation eines nachgefragten Produktes weitere Produkte oder Dienstleistungen vorzuschlagen, die zu seinem Bedarf passen. Die Vertriebskanäle des Händlers sind dabei miteinander verknüpft, sodass der Kunde kanalübergreifend agieren kann. Ein Beispiel hierfür ist „Click & Collect“, dabei kann der Kunde die Produkte im Online-Shop bestellen und im Ladengeschäft abholen.

CUSTOMER JOURNEY ANALYSE

Zeigt die Berührungspunkte (Touchpoints), die ein Kunde auf der Reise bis zum Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung zurücklegt. Dies können z. B. Anzeigen in Suchmaschinen, Blogbeiträge oder andere Social-Media-Elemente sein. Zielsetzung dieser Analysen ist es, Zusammenhänge in der Werbewirkungen aufzudecken, um deren Effizienz zu verbessern.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Beschreibt den strategischen Ansatz in einem Unternehmen, der zur vollständigen Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse mit den Kunden genutzt wird. Dabei steht nicht allein das Verkaufen eines Produktes im Mittelpunkt, sondern vielmehr das Aufrechterhalten der Kundenbeziehung.

DATA MINING

Beschreibt die Möglichkeit, in vorhandenen Datensätzen bzw. bei großen Datenbeständen unter systematischer Anwendung statistischer Methoden unbekannte Strukturen und neue Querverbindungen aufzuzeigen. Dabei sollen neue Erkenntnisse gewonnen und Trends erkannt werden.

DATENSCHUTZ

Datenschutz steht für den Schutz des Bürgers vor Beeinträchtigungen seiner Privatsphäre durch unbefugte Erhebung, Speicherung und Weitergabe von Daten, die seine Person betreffen. Dieses Grundrecht leitet sich auch aus Art. 2 Absatz 1, 1 Absatz 1 des Deutschen Grundgesetzes (GG) ab. Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) spielt dabei eine tragende Rolle und ist eine Verordnung der Europäischen Union, mit der die Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch die meisten Datenverarbeiter, sowohl private wie öffentliche, EU-weit vereinheitlicht wurden.

DYNAMISCHE PAKETIERUNG

Kundengerechte, dynamische Zusammenstellung (Paketierung) einer Reise aus verschiedenen Bausteinen wie z. B. einem Flug, einem Hotel, einem Transfer vom jeweiligen Flughafen zum Hotel und zurück zum Flughafen oder auch einem Mietwagen. In diesem Falle gelten teilweise gesonderte allgemeine Geschäftsbedingungen.

DYNAMIC PRICING

Ist die dynamische Gestaltung des Preises, wobei die Preise an die aktuelle Marktsituation angepasst werden. Der Preis ist demnach flexibel und wird von verschiedenen Faktoren wie der Uhrzeit, dem Wochentag oder der aktuellen Nachfrage beeinflusst. Der Kunde erhält somit zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedliche Preise.

DOMAIN

Ist der weltweit einheitliche Name einer Website. Die Domain besteht dabei aus drei Teilen, der Third-Level-Domain (www), der Second-Level-Domain (Mittelteil, oft der Name/die Bezeichnung der Website) und Top-Level-Domain (.de, .com). Zum Beispiel: www.driv.de

E-COMMERCE

Electronic Commerce beschreibt hauptsächlich Aktivitäten, die den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über elektronische Verbindungen umfassen, i. d. R. den Handel über Online-Vertriebskanäle. Dieser kann jedoch neben dem Kauf- und Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen auch den Kundenservice oder die Bezahlprozesse umfassen.

FAQ

Zusammenstellung von Informationen zu besonders häufig gestellten Fragen (Frequently Asked Questions).

GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS (GDS)

Global Distribution Systems (GDS) sind Buchungssysteme in der Touristik, die verschiedene Computerreservierungssysteme (CRS) miteinander vernetzen. Bekannte Systeme sind z. B. Amadeus oder Galileo.

INFLUENCER

Ist eine Person, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihrer großen Reichweite in sozialen Netzwerken einen großen Einfluss auf die Meinung ihrer Follower haben kann und so zum Beispiel für neue Produkte oder Marken begeistern kann.

INTERKULTURELLE KOMPETENZ

Bezeichnet die Kernkompetenz für ein verantwortungsvolles Handeln in einer global vernetzten Gesellschaft. Dazu gehört u. a. auch die Fähigkeit, mit Menschen mit anderem kulturellen Hintergrund zu interagieren, deren Beweggründe zu kennen und zu reflektieren.

INTERNETDIENSTANBIETER

Internetdiensteanbieter/-dienstleister (englisch: Internet Service Provider, abgekürzt ISP oder Internet Access Provider), umgangssprachlich meist nur Internetanbieter oder Internetprovider/Provider genannt, sind Anbieter von Diensten, Inhalten oder technischen Leistungen, die für die Nutzung oder den Betrieb von Inhalten und Diensten im Internet erforderlich sind.

KEYWORDS

Keywords bezeichnen Suchbegriffe, die ein Nutzer in das Eingabefeld einer Suchmaschine eingibt. Dabei spielt die richtige Platzierung passender Keywords für das Ranking einer Webseite innerhalb einer Suchmaschine eine bedeutende Rolle.

KOLLABORATIVES ARBEITEN

Kollaborativ zu arbeiten bedeutet, gemeinsam mit anderen Inhalte zu erstellen und sie in der Gruppe weiterzuentwickeln. Alle Beteiligten können gemeinsam und gleichzeitig, beispielsweise digital, an einem Projekt oder anderen Inhalten arbeiten.

KOMMUNIKATIONSKANAL

Beschreibt den Kanal, über den Sender und Empfänger miteinander kommunizieren, wie beispielsweise Social Media, Apps, E-Mail, Telefon oder Brief.

LAST-CLICK-MODELL

Ist ein Modell, mit dem die letzte Interaktion eines Kunden vor dem Online-Kauf als wichtigste Interaktion in einer Customer Journey bewertet wird.

META SEARCHER

Dies ist eine Suchmaschine, die die eingegebene Suche an mehrere andere Suchmaschinen gleichzeitig weiterleitet, die Ergebnisse sammelt und aufbereitet.

METVERSE

Das Metaverse ist eine technologiegesteuerte virtuelle Welt, die die Interaktionen zwischen Menschen verändern soll. Je nach Anbieter, Technologie und Konfiguration sind verschiedenen Metaversen – auch im Tourismus – denkbar. Die Umsetzung von Metaversen stützt sich auf Technologien wie VR oder AR, die eine erweiterte Realität ermöglichen, sowie die Nutzung von speziellen Geräten (VR-Brillen, leistungsfähige Smartphones, Caves, haptische Handschuhe etc.). Im Tourismus sind virtuelle Reisen und virtuelle Erlebnisse möglich, z.B. Zeitreisen mit VR-Brillen oder Zusatzinformation zu Ausstellungsobjekten in Museen.

MOBILE PAYMENT

Mobile Payment stellt eine elektronische Zahlungsform unter Verwendung von mobilen Endgeräten dar (z. B. Smartphones, Tablets oder Smartwatches).

MULTICHANNEL

Die Dienstleistung oder Ware wird dabei über mehrere Kanäle, wie z. B. einer örtlichen Vertriebsstelle und einem Online Shop an Kunden verkauft.

OMNICHANNEL

Die Definition von „Omnichannel“ ist dem Inhalt von „Cross Channel“ sehr ähnlich, wird aber als dessen Weiterentwicklung ver-

standen. Hier besteht die Möglichkeit innerhalb digitaler Kanäle und zwischen Online- und Offline-Kontaktpunkten zu wechseln. Dabei bleibt die Chance bestehen, dass der Käufer jederzeit auf das gesamte Angebot über jeden Vertriebszweig zugreifen kann.

ONLINE BOOKING ENGINE (OBE)

Damit wird allgemein eine Software zur Reservierung von Reiseleistungen über das Internet bezeichnet. Aufgrund der automatisierten Suche nach bestimmten Kriterien (Strecke, Datum, Preis usw.) kann eine OBE schnell bereits exakt bepreiste und/oder Vakanz geprüfte Angebote erstellen.

ONLINE TRAVEL AGENCY (OTA)

Auf einer OTA-Plattform besteht die Möglichkeit, Reisen online zu buchen. Darüber hinaus ist der User nicht auf einen Reiseveranstalter beschränkt und hat zudem teilweise auch Zugriff auf Hotelbewertungen, Reisetipps und andere Informationen.

OPEN DATA

Sind offen zur Verfügung gestellte Daten, die frei benutzt, weiterverwendet und geteilt werden dürfen.

PAGE IMPRESSIONS

Bezeichnet die Anzahl der Aufrufe einer einzelnen Website mit demselben Webbrowser.

PERFORMANCE-SCHALTUNG

Durch den Einsatz der verschiedenen Online-Marketing-Instrumente wird Werbung gezielt und leistungsorientiert eingesetzt, um eine messbare Reaktion der Nutzer zu erzielen und damit bestmöglich eine Umsatzsteigerung zu erreichen.

PERMISSION MARKETING

Unter Permission Marketing versteht man den Werbe- oder Informationsversand zum Beispiel in Form von E-Mails. Voraussetzung dafür ist die ausdrückliche Erlaubnis des Kunden.

PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT (PIM)

Hierbei handelt es sich um eine strukturierte Datenbank, die alle beschreibenden Produktinformationen enthält. Diese können in Form von Texten, Bildern, Videos oder Tondateien vorliegen. Durch ein PIM-System kann eine gleichbleibende Informationsqualität auf allen Vertriebskanälen sichergestellt werden. Bei Änderung einer Produktinformation im PIM aktualisieren sich diese automatisch in allen angeschlossenen Vertriebskanälen.

POINT OF SALE

Verkaufs- oder Einkaufsstelle, an der ein Verkauf oder Einkauf vollzogen wird.

POST CLICK

Bezeichnet eine Tracking-Methode, bei der der Klickpfad der Websitebesucher nach dem Klick auf einen Werbebanner oder ein anderes Werbemittel gemessen und ausgewertet wird.

POST VIEW

Bezeichnet das Setzen eines Cookies nach Einblendung eines Banners, ohne dass der Nutzer diesen direkt angeklickt hat.

PUSH-BENACHRICHTIGUNG

Meldungen, die ohne das Öffnen einer App auf dem Smartphone oder Tablet erscheinen.

REEL

Reels sind aufeinanderfolgende Clips, die am Stück gedreht oder mit Video-Uploads aus einer Galerie erstellt werden. Im Anschluss werden die Reels auf Social Media Plattformen hochgeladen.

RESPONSIVE DESIGN

Hierbei handelt es sich um eine Programmiermethode, bei der die Websites auf den unterschiedlichen Geräten und Bildschirmgrößen automatisch angepasst werden, sodass der Nutzer von einer optimalen Website-Abbildung profitiert.

RETARGETING

Im Online-Marketing genutztes Verfolgungsverfahren, bei dem Benutzer auf einer Website markiert werden, um sie anschließend auf anderen Websites mit gezielter Werbung anzusprechen.

SEARCH ENGINE ADVERTISING (SEA)

Suchmaschinenwerbung, bei der bezahlte Anzeigen auf Ergebnisseiten von Suchmaschinen platziert werden, wodurch eine verbesserte Marktpräsenz erzielt werden kann.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Zu einer Suchmaschinenoptimierung gehören alle Maßnahmen, die eine Website in einer Suchmaschine höher erscheinen lassen.

SOCIAL MEDIA

Die Möglichkeit für Internetnutzer über Medien durch Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen, Informationsaustausch oder Wissenssammlung miteinander zu kommunizieren und sich austauschen zu können.

TAUSENDER-KONTAKT-PREIS

Dies ist ein Modell aus der Mediaplanung, wobei ermittelt wird, welcher Geldbetrag bei einer Werbemaßnahme eingesetzt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe per Sichtkontakt zu erreichen. Diese Sichtkontakte werden auch „Ad Impressions“ genannt, wobei das Augenmerk auf der Reichweite im Hinblick auf die Zielgruppe liegt.

TOUCH

Beschreibt die Interaktion eines Kunden mit einem Werbemittel eines E-Commerce-Anbieters. Dies umfasst zudem, anders als der Click, auch die reinen Sichtkontakte mit einem Online-Werbemittel, auf das nicht geklickt wurde. Sichtkontakte können durch sogenannte View Cookies verfolgt werden.

TRAFFIC

Umschreibt die Anzahl von Zugriffen auf eine Website.

USE CASE

Ein Anwendungsfall (Use Case) beschreibt, wie sich ein System oder eine Anwendung unter bestimmten Bedingungen verhält. Die Definition von Anwendungsfällen hat zum Ziel, zwischen den Beteiligten z. B. eines Projekts Einigung über das Verhalten und den Umfang eines Systems zu erhalten.

UNIFIED MESSAGING

Hier handelt es sich um ein Verfahren der Vereinheitlichung von eingehenden und zu sendenden Nachrichten (z. B. SMS, MMS, E-Mail) sowie die Gewährleistung, dem Nutzer über verschiedenste Access-Clients Zugang auf diese zu geben (z. B. Festnetz- oder Mobiltelefon).

VIRTUAL REALITY (VR)

VR ist eine computergenerierte Wirklichkeit, bei der die Darstellung und die gleichzeitige Wahrnehmung der Wirklichkeit in Echtzeit in einer interaktiven virtuellen Umgebung erfolgt.

WARENKORB

Der Warenkorb beinhaltet den Endverkaufspreis einer gesamten Bestellung, welche die ausgewählten Produkte und/oder Dienstleistungen sowie ggf. zusammenhängende Servicegebühren beinhaltet.

WEBDESIGN

Als Webdesign bezeichnet man die technische sowie kreative Gestaltung von Internetseiten. Dies beinhaltet die visuelle, funktionale und strukturelle Gestaltung von Websites für das Internet.

WEBINARE/E-LEARNINGS

Dies sind Formen des elektronischen Lernens, welche sich i. d. R. dadurch auszeichnen, dass durch elektronische, technische und digitale Medien das Lernen unterstützt wird und das Lehrmaterial digital zur Verfügung steht.

Deutscher Reiseverband

Lietzenburger Straße 99
10707 Berlin

T +49 30 28406-0
info@drv.de
drv.de

