



SUCCESS
START WITH
A PLAN

VON ALGORITHMUS BIS ZIELGRUPPE

Social-Media-Begriffe für die Reisebranche

SOCIAL MEDIA: WICHTIGE BEGRIFFE

Algorithmus - Ein System, das entscheidet, welche Inhalte wem angezeigt werden. Je mehr Interaktion ein Beitrag hat, desto sichtbarer wird er oft gemacht.

App – Kurz für 'Applikation'. Eine Anwendungssoftware, überwiegend für mobile Geräte, aber auch für Computer ("Mobile First", z. B. Sprachnachrichten, Stories etc.)

Branding - Gestaltung des Auftritts einer Marke oder Einrichtung (Farben, Logos, Schriften), um Wiedererkennung zu schaffen.

Call-to-Action (CTA) - Aufforderung, etwas zu tun: „Jetzt buchen“, „Ferienfreizeit anmelden“, „Mehr Infos auf unserer Website“.

Community - Die Gruppe von Follower:innen, Gästen, Eltern und Unterstützenden, die einem Profil folgen und interagieren.

Content – Inhalte wie Fotos, Videos, Texte oder Grafiken, die auf Social Media veröffentlicht werden.

SOCIAL MEDIA: WICHTIGE BEGRIFFE

Direktnachricht (DM) – Private Nachricht über Plattformen wie Instagram oder Facebook. Oft erste Kontaktaufnahme für Fragen zur Reise oder Unterkunft.

Engagement / Interaktion - Bezeichnet alle Reaktionen auf einen Beitrag: Likes, Kommentare, geteilte Inhalte. Hohe Interaktion bedeutet: Der Beitrag kommt gut an.

Event-Hashtag – Schlagwort, um Veranstaltungen sichtbar zu machen, z. B. #Sommercamp2026.

Fans / Abonnenten / Follower:innen – Menschen, die einem Profil folgen, um über neue Inhalte informiert zu werden.

Hashtag - Markierung, um Beiträge auffindbar zu machen. Beispiele: #Jugendreisen #Ferienfreizeit #CampLife.

Insights – Statistiken über die Reichweite, Zielgruppe und Interaktionen eines Profils. Wichtig für die Analyse, welche Inhalte wirken.

Meta Business Suite – Zentrale Plattform zur Planung und Analyse von Facebook- und Instagram-Inhalten.

SOCIAL MEDIA: WICHTIGE BEGRIFFE

Post/Postings - Veröffentlichung eines Beitrags, z. B. Foto, Video oder Text.

Persona – Stellvertretende Beschreibung einer typischen Zielperson (z. B. „die 14-jährige Teilnehmerin“ oder „die Eltern, die eine sichere Unterkunft suchen“).

Reichweite – Anzahl der Personen, die einen Beitrag gesehen haben.

Reel - Kurzvideo (Instagram, ähnlich TikTok). Besonders geeignet, um Atmosphäre im Camp oder Gästestimmen zu zeigen.

Social-Media-Content - Inhalte wie Bilder, Videos, Texte oder Grafiken, die für soziale Medien erstellt und dort geteilt werden.

Story - Kurzvideo oder Bild, 24 Stunden sichtbar. Ideal für Einblicke in laufende Feriencamps oder Hinter-den-Kulissen-Momente.

Tag/Tagging - Markieren von Personen oder Profilen im Beitrag, z. B. Teamer:innen oder Partnerorganisationen.

SOCIAL MEDIA: WICHTIGE BEGRIFFE

User Generated Content (UGC) – Inhalte, die von Gästen, Eltern oder Teamer:innen erstellt und vom Veranstalter geteilt werden. Wirkt authentisch und nahbar.

Visual Storytelling – Erzählen von Geschichten mit Bildern, Videos und Grafiken, um Emotionen zu wecken.

Werbeanzeigen (Ads) – Bezahlte Kampagnen, um Reichweite zu erhöhen oder gezielt Eltern/Gäste anzusprechen.

Zielgruppe – Die Menschen, die angesprochen werden sollen: Jugendliche, Eltern, Betreuer:innen, Partnerorganisationen.