

Wie Sie Backlinks generieren!

Es gibt verschiedene Möglichkeiten für Sie Backlinks zu generieren.

1. Schreiben Sie hochwertige Artikel! Qualitative und interessante Artikel werden gerne verlinkt.

2. Social Web: Über Portale wie XING, Facebook & Co. lassen sich Profile anlegen und Beiträge teilen.

3. RSS-Feed: Feed-Abonnetten unterstützen beim Aufbau von Backlinks.

4. Linktausch: Diese Möglichkeit bietet zwar eine Möglichkeit Backlinks zu generieren, ist jedoch nicht so sehr zu empfehlen. Google ist kein Fan von Linktausch und könnte deshalb Ihre Blog im Ranking abwerten.

4. Linkbait: Es ist der Begriff für Artikel, die nur für die Backlinkgenerierung da sind. Artikel über andere Blogs können für Aufmerksamkeit und für Backlinks sorgen.

5. News: Zuerst über spezielle Themen zu berichten sorgt für Aufmerksamkeit und Backlinks.

Kommentare: Kommentieren Sie andere Blogs. Manchmal gibt es für produktive Kommentare Backlinks.

Interviews: Anderen Blogger und Webseitenbetreibern Aufmerksamkeit zu schenken, indem Sie ein Interview mit Ihnen veröffentlichen sorgt für positive Publicity und Backlinks.

Branchenverzeichnisse: Für bestimmte Bereiche gibt es Verzeichnisse, über die sich Backlinks generieren lassen.

regionale Backlinks: Regional gibt es die Möglichkeit auf Anfrage über die eigene Stadt oder Vereine Backlinks zu bekommen.

private Links: Partner, Freunde und Bekannte können Backlinks setzen.

Gastartikel: Schreiben Sie für einen bekannten Blog einen Gastartikel. Das sorgt für viel Aufmerksamkeit.

Kostenlose Downloads: Bieten Sie ein kostenloses eBook, Chicklisten oder Tools an. Kostenlose Angebote können viele Backlinks generieren.

Schreiben Sie Artikel über Andere: Schreiben Sie über andere Menschen, Blogs, Webseiten.

Verlinken Sie selbst andere Seiten: Verlinken Sie zu anderen Seiten. Auch das kann für Backlinks sorgen.

Fazit

Backlinks lassen sich nicht sofort generieren. Es braucht seine Zeit und die richtige Aufmerksamkeit. Wichtig ist es dabei authentisch zu sein und auch auf andere Blogs zu verlinken.

Nutzen Sie Sitemaps für Ihre Webseite?

Bei einer Sitemap handelt es sich um die Auflistung Ihrer Webadressen. Die URLs Ihrer Website werden in der Sitemap aufgeführt. Nutzer und Suchmaschinen können leichter zwischen den verschiedenen Ebenen Ihrer Webseite umherspringen.

Was für Sitemaps gibt es?

Sitemaps sind für Ihre Suchmaschinenoptimierung vorteilhaft. In Ihrer Sitemap spiegelt sich die Hierarchie Ihrer Webseite wieder. Zur Verfügung stehen Ihnen HTML- und XML-Sitemaps.

HTML Sitemaps

Das HTML-Format ist am weitesten verbreitet. Sie helfen Nutzern, gezielt URLs Ihrer Webseite anzusteuern.

XML Sitemaps

Die XML-Sitemaps sind anders strukturiert als HTML-Sitemaps.

Sie sind das bevorzugte Suchmaschinenformat. Dadurch können Suchmaschinencrawler sie leichter verarbeiten.

Zu den Informationen für die Sitemaps gehören: Die URL (<loc> = location), das Änderungsdatum (<lastmod>) und die Änderungsfrequenz (<changefreq>) Ihrer Seite, sowie die Priorität (<priority>).

Bild- & Video-Sitemaps

Mit Ihren Sitemaps können Sie zusätzlich Bilder und Videos übermitteln. Allerdings werden dafür an die Sitemaps gesonderte Anforderungen gestellt, wie zum Beispiel eine Bildunterschrift.

Wie notwendig sind Sitemaps für Sie?

Setzen Sie Sitemaps ein, um Ihre Googleindexierung erheblich zu beschleunigen! Plug-ins vereinfachen Ihnen das Erstellen der Sitemap. Sie zeigt der Suchmaschine, welche Seiten für die Indexierung zur Verfügung stehen. Sie hilft Suchmaschinen alle Seiten zu finden. Eine gut erstellte Sitemap stützt Ihre Google-Indexierung und steigert Ihren Traffic!

Wie Sie Ihre Sitemap bei der Suchmaschine anmelden!

Wenn Sie Ihre Sitemap an die Suchmaschinenrobots vermitteln wollen, benötigen Sie eine robots.txt mit Verweis auf die Sitemaps. Nutzen Sie ein Plug-in, wie das WordPress Jetpack, übernimmt es diese Formalität. Binden Sie die Sitemap manuell ein, wird sie im Rootverzeichnis Ihrer Webseite angelegt. Ist es nicht möglich sie dort einzubinden, benötigen Sie die robots.txt. die auf den anderen Lagerungsort Ihrer Datei verweist.

Der Inhalt der Sitemap

Einige Fragestellungen sind für die Erstellung Ihrer Sitemap interessant:

Ist die Loginseite für die Suchmaschine relevant?

Sind Seiten mit veralteten Inhalten für den Nutzer interessant?

Folgende Seiten sind wichtig:

Startseite

Kategorieseite

Topseller

Landingpage / Informationsseite

Blogseite

Interessante Beiträge

Regeln für die Sitemaperstellung

Eine Sitemap darf nicht größer als 50 MB sein. Entfernen Sie Unterseiten, entstehen dadurch Links auf 404 Seiten innerhalb der Sitemap.

Dynamische URLs werden von Suchmaschinen normalerweise nicht gefunden. Sie kommen durch Suchanfragen per Filterung zustande. Sucht ein Kunde beispielsweise nach einem schwarzen Kleid, filtert er Ihr Angebot danach. Sitemaps lassen sich so optimieren, dass dynamische URLs berücksichtigt werden. Im Index sorgen diese Möglichkeiten für ein verbessertes Suchmaschinenranking. Impressum und Kontakt werden in Ihrer Sitemap nicht benötigt.

Setzen Sie Sitemap Plug-ins ein!

XML-Sitemaps können Sie von einem Plug-In automatisch erstellen lassen. Prioritäten, Änderungszeiträume und Zusatzinformationen werden nicht ausgegeben. Tools begrenzen den Crawler auf 500 Seiten. Sitemaps von Plug-ins sind eine

gute Grundlage für kleine Webseiten.

Benötigen Sie mehrere Sitemaps?

Ist Ihre Webseite sehr umfangreich, kann es sein, dass Sie mehrere Sitemaps benötigen. Dann müssen Sie für einzelne Teilbereiche jeweils eine Sitemap-Datei anlegen. Zusätzlich zu den regulären Sitemap-Dateien ist eine Datei mit einem Sitemapindex (<Sitemapindex>) wichtig.

Fazit:

Mit der Sitemap beeinflussen Sie Ihr Google-Ranking positiv, aber indirekt. Ihre neuen Seiten gelangen schneller in den Suchmaschinenindex. Achten Sie darauf, dass jede Ihrer Webseiten oder Blogs eine eigene Sitemap besitzt. Mit einem geeigneten Plug-in, wie z. B. Google-Sitemaps, haben sie schnell und automatisch eine passende Sitemap erstellt!

Beiträge erstellen! – Darauf sollten Sie achten!

Wenn Sie sich mit dem erstellen Ihres ersten Posts beschäftigen, stellt sich Ihnen die Frage nach der Gliederung. Ich erkläre worauf Sie achten müssen, wenn Sie Blogbeiträge schreiben!

Worauf Sie unbedingt achten sollten:

1. Rechtschreibung:

Das A und O in der Texterstellung. Mit den richtigen Schreibprogrammen bzw. dem Dudenkorrektor, lässt sich diesbezüglich viel anfangen!

2. Ausdruck:

Verwenden Sie abwechslungsreiche Formulierungen! Nutzen Sie nicht immer die gleichen Wörter, ABER beachten Sie auch die Suchmaschinenoptimierung! Keywords sind eine Ausnahme und dürfen sich gerne häufiger vorkommen!

3. Gliederung:

Wie strukturieren Sie Ihre Beiträge? Sie haben es mit dem Internet und nicht mit einer Zeitschrift oder einem Buch zu tun. Die Ansprüche sind Andere! Fassen Sie Beitragsinhalte kurz zusammen, damit der Leser weiß, was ihn erwartet! Sie starten sozusagen mit einer Einleitung. Dann folgen Hauptteil und Schluss. Im Grunde ist es in diesem Sinne klassisch, aber:

4. Kein Fließtext!

Im Internet punkten Sie nicht mit Fließtext. Sie erschlagen damit dem Leser! Wir reden zudem von responsiven Webseiten, da immer mehr Leute mit dem Handy im Netz surfen, als mit einem PC. Die Beiträge müssen sich auf beiden Plattformen gut lesen lassen. Deshalb unterteilen Sie die Artikel in Absätze, die Sie mit Überschriften strukturieren und aufgliedern. Die Überschriften werden von <H1> bis <H6> unterteilt.

5. Bilder lockern auf!

Nutzen Sie fotos zum Auflockern Ihrer Texte. Das erleichtert das Lesen enorm. Inhalte mit Grafiken und Bildern werden vom Gehirn besser wahrgenommen, als nur Text. Achtung! Bildrechte sollten Sie jedoch nicht aus dem Blickfeld verlieren! Nutzen Sie wo möglich eigene Illustrationen oder Fotos!

6. Verwenden Sie Listenelemente!

Listen sind eine gute Möglichkeit Texte leichter lesbar zu machen und zentrale Aspekte für den Leser zusammenzufassen.

7. Wer ist Ihre Zielgruppe?

Diese Frage entscheidet über Ihren Text! Zielen Sie auf Kinder als Leser, muss die Sprache klar, einfach und verständlich sein. Erwachsene kommen mit anspruchsvolleren Texten zurecht. Schreiben Sie für Akademiker, ist Ihr Sprachstil gehobener und enthält entsprechend der Fachrichtung mehr Fremdwörter!

8. Finden Sie Ihren Stil!

Entwickeln Sie Ihren eigenen Schreibstil. Dieser macht Sie wiedererkennbar für Ihre Leser und sie kommen gerne wieder.

9. Individualisieren Sie!

Schreiben Sie Themen, über die auch andere bereits veröffentlicht haben? Versorgen Sie Ihre Leser mit Neuigkeiten, die die Runde machen? Versuchen Sie, etwas Eigenes aus diesen Beiträgen zu entwickeln und schreiben Sie nicht einfach ab. Individualität ist angesagt, damit Sie sich von anderen Blogs besser abheben. Nutzen Sie Meinungen, Erfahrungen und verschiedene Sichtweisen. Fällt Ihnen etwas auf, dass anderen nicht aufgefallen ist? Nutzen Sie das!

10. SEO

Schreiben Sie für Leser und Suchmaschine! Die Suchmaschine will einen Mindestumfang von 200 bis 300 Wörtern in einem Artikel haben. Dann listet sie diesen. Schreiben Sie trotzdem nichts Unnötiges, sondern liefern Sie Content mit Mehrwert!

11. Die Textformatierung:

Der Text des Artikels sollte leserfreundlich formatiert sein:

- angemessene Schriftgröße
- Zeilenabstand groß genug (min. 1.3)
- linksbündig
- Textfarbe passend zum Hintergrund

12. Kein Linkgeiz!

Verlinken Sie auch zu anderen Webseiten. Das erhöht die Aufmerksamkeit der Leser und anderer Blogger. Außerdem wird dadurch der Mehrwert Ihres Textes gesteigert.

13. Schreiben Sie für den Leser!

Orientieren Sie sich nicht nur an der Suchmaschinenoptimierung beim Schreiben. In erster Linie ist Ihre Zielgruppe wichtig und diese möchte guten Content, gute Verlinkungen und gute Texte haben. Sie brauchen die richtige Mischung, die Leser und Google zufriedenstellt!

14. Nutzen Sie Keywords!

Optimieren Sie Ihren Text auf zentrale Schlüsselwörter! Darauf ist der Artikel ausgerichtet. Bauen Sie diese in Überschriften ein. Verwenden Sie die Schlagworte im Text! Sie können ausnahmsweise etwas öfter im Text erscheinen. Das kommt Google entgegen. Wichtig ist es, sich auf ein Hauptkeyword festzulegen. Verwenden Sie verwandte Keywords und nutzen Sie diese auch im Title und der Meta-Angabe Ihres Posts.

15. Unique Content

Kopieren Sie NIEMALS Texte! Einzigartige Inhalte sind für einen Blog extrem wichtig. Geben Sie nicht einfach Inhalte wieder, sondern lassen Sie Erfahrungen mit einfließen. Ihre Meinung interessiert und gibt Ihrem Artikel eine gewisse Einzigartigkeit.

16. Heben Sie sich von der Masse ab

Suchen Sie sich für Ihren Blog ein eigenständiges

17. Wählen Sie Überschriften, die neugierig machen!

Bieten Sie dem Leser einen potenziellen Nutzen. Die Überschrift sollte den Inhalt des Artikels kurz wiedergeben.

Genauigkeit und Präzision, sowie Einfachheit und Kürze sind gefragt. Verwenden Sie Keywords in der Überschrift. Zahlen können in einer Überschrift für Aufmerksamkeit sorgen. Wörter, die eine starke Ausdruckskraft besitzen, ziehen Leser an, ebenso wie die aktive Formulierung Ihrer Headline. Schreiben Sie die Headline, zuletzt, da Sie dann am Besten wissen, wo ihr Beitrag hinführt.

Fazit:

Es gibt viele Punkte, die Sie für das Schreiben Ihrer Beiträge beachten sollten. Die richtige Mischung ist keine leichte Gratwanderung. Befolgen Sie oben genannte Punkte, kann aber nicht mehr viel schief gehen!

Grundbegriffe der BWL

Dieser Beitrag soll einen Überblick über wichtige Grundbegriffe in der BWL geben.

Produktionsfaktoren

Sie werden oft mit Investitionsgütern oder Ressourcen gleichgesetzt.

Eigenleistungen

Dabei handelt es sich um Güter, die im Betrieb für die innerbetriebliche Verwendung produziert wurden.

Erzeugnisse

Erzeugnisse sind Güter, die für den Absatz im Betrieb hergestellt werden. Sie werden in fertige und unfertige Erzeugnisse unterteilt. Unfertig, sind Erzeugnisse, die Teile oder Baugruppen in der Produktion für das Zielgut darstellen. Halbfabrikate oder Zwischenprodukte sind synonyme Begriffe dafür. Fertigerzeugnisse, sind wie der Name sagt, fertig produzierte Endprodukte oder Fertigfabrikate.

Waren

Waren sind Güter, die für den Absatz bestimmt sind und vom Betrieb gekauft und abgesetzt werden. Sie werden vom Betrieb nicht verändert. Handel ist die Bezeichnung für den Ein- und Verkauf von Waren. Synonym verwendet man den Begriff Handelswaren.

Produkte

Bei Produkten handelt es sich um Güter vom Betrieb, die für den Absatz bestimmt sind. Synonym wird der Begriff Leistungen verwendet. Sie werden in Sach- und Dienstleistungen unterteilt.

Sachleistungen

Materielle Produkte des Betriebes, die man transportieren und lagern kann, werden als Sachleistungen bezeichnet.

Dienstleistungen

Dienstleistungen werden als immateriell eingestuft. Dazu gehören Verrichtungen, wie das Servieren oder die

Bereitstellung von Gütern, wie die Vermietung.

Quellen:

vgl. Vahs / Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl. Stuttgart 2007. S.15.

Güterarten

Um Güter erstellen zu können sind Rohstoffe nötig. Sie durchlaufen im Betrieb einen Wandlungsprozess. Wirtschaftlich werden knappe und freie Güter unterscheiden.

Freie Güter

Freie Güter finden sich unbegrenzt in der Umwelt. Sie können kostenlos bezogen werden. Dazu zählen zum Beispiel Luft, Wasser und Sonnenlicht.

Wirtschaftsgüter

Sie sind knapp und Gegenstände des Wirtschaftens. Deshalb nennt man sie auch Wirtschaftsgüter. Sie sind nach verschiedenen Kriterien klassifizierbar:

Materielle Güter

Materielle Güter sind zum Beispiel Maschinen oder Autos. Man kann sie anfassen.

Immaterielle Güter

Zu diesen gehören zum Beispiel Beratungs- und Dienstleistungen, sowie Lizenzen.

Güter lassen sich auch

nach dem Anspruchsgegenstand

unterscheiden. Dazu gehören Real- und Nominalgüter.

Realgüter

Materialle und immaterielle Güter zählen zu den Realgütern. Sie haben für sich einen Wert.

Nominalgüter

Zu den Nominalgütern zählt zum Beispiel Geld oder das Recht auf Geld. Den Gütern wird ein Wert zugewiesen.

Desweiteren lassen sich Güter

nach der Stellung im Wandlungsprozess

differenzieren:

Inputgüter

Inputgüter sind werden auch Einsatzgüter genannt. Dazu gehören menschliche Arbeitskraft, Material oder Maschinen, die als Rohstoffe in den Wandlungsprozess der Güterproduktion eingehen.

Outputgüter

Outputgüter, die auch Ausbringungsgüter heißen, sind die Waren, welche aus dem Wandlungsprozess hervorgehen.

In Bezug auf die

Nutzungsdauer

unterscheiden sich:

Gebrauchsgüter

Sie werden gar nicht oder erst nach mehrmaliger Nutzung verbraucht. Zu den Gebrauchsgütern zählen Kapital, Grundstücke, Maschinen oder Betriebsmittel.

Verbrauchsgüter

Verbrauchsgüter werden nach der Verwendung sofort oder schnell verbraucht. Zu ihnen zählen Werkstoffe oder Lebensmittel. Sie werden auch als Repetierfaktoren bezeichnet.

Zuletzt soll die Unterscheidung im

Verwendungszweck

erfolgen:

Investitionsgüter

Zu ihnen zählen menschliche Arbeitskraft, Material oder Maschinen dazu, die für die Produktion anderer Güter verwendet werden. Synonym werden sie Produktionsgüter genannt.

Konsumgüter

Bezogen auf den Einsatz für die Bedarfsdeckung von Haushalten, sind Konsumgüter Kleidung, Nahrung oder Autos.

Quellen:

vgl. Vahs / Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl. Stuttgart 2007. S.12-14.

Wirtschaften nach dem ökonomischen Prinzip

In Betrieben läuft ein Transformations- und Leistungsprozess ab. Eingesetzt werden Arbeitskräfte und Material. Dieser Einsatz wird in ein Produkt, transformiert.

Auf der einen Seite stehen in der Wirtschaft unendliche, unbefriedigte, menschliche Bedürfnisse, während auf der anderen Seite begrenzte Mittel zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung stehen. Die Mittel sind auf den Input beschränkt. Daraus ergibt sich das ökonomische Prinzip. Das lässt sich aus den Vernunfts- und Rationalprinzipien ableiten. Ein spezielles Ziel soll mit dem Einsatz geringer Mittel erreicht werden.

Ökonomisch gibt es zwei Ausprägungen des ökonomischen Prinzips.

1. **Maximalprinzip:** Mit Einsatz gegebener Kapazitäten, soll möglichst viel herausgeholt werden. Der Einsatz sind Maschinen- und Personalkapazitäten. Sie sollen möglichst viele Produkte erzeugen.
 - In einem Beispiel formuliert: Ein Haushalt möchte für sein Geld viele Produkte kaufen
2. **Minimalprinzip:** Mit einem möglichst wenig Einsatz, wird ein gegebenes Ziel angestrebt. Die Zielsetzung wird z. B. durch Kostenreduzierung angestrebt. Das können Lohnkürzungen oder Sachkosteneinsparungen sein.
 - Ein weiteres Beispiel: Der Haushalt möchte sich eine Küchenmaschine kaufen, dafür aber wenig Geld ausgeben

Wirtschaft ist das planvolle Handeln mit knappen Gütern zur

Befriedigung von Bedürfnissen, nach dem ökonomischen Prinzip.

Um Güter zu erstellen sind Rohstoffe notwendig. Entsprechend der Verfügbarkeit und ihrer Wirtschaftlichkeit werden **freie** und **knappe Güter** unterschieden.

Quellen:

vgl. Vahs / Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl. Stuttgart 2007. S.11-12.

BackUps! Sichern Sie Ihre Seite!

Ob Firmenwebseite, Blog oder eigene Homepage, denken Sie immer daran, Ihre Seite regelmäßig zu sichern. Wenn irgendetwas nicht funktioniert, ein Server abstürzt oder ein Hacker das System angreift, sind alle Daten weg und die ganze Arbeit an der Seite war umsonst.

Sichern Sie Ihre Inhalte!

Wenn Sie eine Sicherung Ihrer Webseite erstellen, sichern Sie die komplette Seite! Funktioniert beim Installieren ein Plug-in oder ein Theme nicht wie erwartet ist die ganze Webseite hinüber.

Was müssen Sie sichern?

Speichern Sie Ihre Datenbank, auf der sich alle Blog- und Webseiteninhalte befinden. Darin sind Texte, Kommentare und Plug-in-Einstellungen, sowie Benutzerdaten gesichert. Denken Sie zum Beispiel an die WordPress Core-Datei. Das ist die Kern-Datei einer der Webseite ohne Plug-ins und Erweiterungen

jeglicher Art. Unter Uploads versteht man sämtliche Bilder und Mediadateien der Webseite. Hochgeladene Videos und Audio-Dateien zählen ebenfalls dazu. Zur Sicherung gehören auch die Plug-ins, die Sie bei Ihrer Seite installiert haben. Sichern Sie alle installierten Themes!

Wie lassen sich regelmäßige BackUps durchführen?

Für das Sichern Ihrer Webseite gibt es verschiedene BackUp-Plug-ins. Bei BackUp WordPress gibt es beispielsweise die Möglichkeit sich das BackUp per E-Mail regelmäßig zusenden zu lassen. Allerdings ist das nur möglich, wenn die Datei eine gewisse Größe nicht überschreitet. Natürlich gibt es auch kostenpflichtige Plug-ins, wie ManageWP. Die Entscheidung über das Plug-In fällen letztendlich Sie.

Fazit:

Für BackUps gibt es viele Plug-in-Angebote. Egal, für welche Variante Sie sich entscheiden, denken Sie daran, Ihre BackUps regelmäßig durchzuführen, damit Sie keine bösen Überraschungen erleben. Natürlich hofft man, dass es nie notwendig ist, aber haben Sie das BackUp aktualisiert, sind Sie umso beruhigter, wenn Sie es brauchen.

Warum Sie ein Related Posts Plug-in brauchen!

Ein Related Posts Plug-in zeigt unterhalb Ihres Blogs ähnliche Artikel an. Damit können Sie auf weitere Artikel Ihres Blogs aufmerksam machen. So gehen ältere Artikel nicht im Blog verloren.

Worauf müssen Sie bei einem Related Posts Plug-in achten?

Berücksichtigen Sie folgende Punkte:

- Wollen Sie die angezeigten Artikel selber auswählen oder soll die Liste automatisch erstellt werden?
- Möchten Sie bestimmen, wo die ähnlichen Artikel auf Ihrer Webseite auftauchen?
- Sollen die Artikel als Thumbnails oder als Text-Liste erscheinen?
- Werden die ähnlichen Artikel in Ihrer separaten Datenbank abgespeichert oder auf einem externen Server?

Wenn Sie ähnliche Artikel selber auswählen wollen, müssen Sie PHP-Schnipsel an die entsprechende Stelle einfügen. **Automatische Related Post Plug-ins** analysieren die vorhandenen Posts in Ihrem Blog. Bei den Analysen ziehen sie Themen, Überschriften und Schlagworte zum Bestimmen heran. Durch die Analyse des Inhalts werden passende Beiträge angezeigt. Besonders die Analyse geht in der Regel zu Kosten der Performance.

Beim **Related Posts Plug-in von WordPress** können Sie die angezeigten Artikel selbst bestimmen. Der Nachteil von YARPP (Yet another Related Posts Plug-in) ist die Speicherintensität, die Ihre WordPress-Datenbank belastet. Ein großer Vorteil, den YARPP mitbringt, ist die Möglichkeit Related Posts für Ihren RSS-Feed anzeigen zu lassen. Auch das WordPress Jetpack bietet eine Related Posts-Funktion an. Beim Jetpack haben Sie jedoch wenig Einstellungsmöglichkeiten. Für die meisten Related Posts Plug-ins lassen sich die Formate auswählen.

Fazit

Related Post Plug-ins gibt es zuhauf. Nur wenn Sie wissen, welche Ansprüche Sie an das Plug-in stellen, treffen Sie die

richtige Entscheidung für ein Plug-in. Im Idealfall wählen Sie ein Plug-in, das nicht die Performance Ihres Blogs beeinträchtigt. Zu den datenbankintensiveren Plug-ins gehört YARPP dazu. Nutzen Sie ein Related Post Plug-in kann die Verweildauer Ihrer Besucher gesteigert werden.

WordPress Jetpack – Die wichtigsten Widgets

Das WordPress Jetpack ist im Datenschutzbereich umstritten. Bei dem Plug-in ist nicht sicher, wie viele Daten es sendet. Um das Plug-in zu nutzen, verknüpfen Sie Ihr WordPress Plug-in mit einem WordPress.com-Account. Der Vorteil: Das Jetpack-Plug-in belastet nicht die Ladegeschwindigkeit Ihrer Webseite. Die Performance wird nicht beeinträchtigt.

Welche Funktionen bietet das Jetpack?

Die Installation erfolgt über den Button „Plug-ins – Installieren“. Sie müssen nach dem Jetpack suchen, es installieren und aktivieren. Dann verbinden Sie das Jetpack mit WordPress.com. Wählen Sie den Tarif „Free“. Die Premiumfunktionen sind kostenpflichtig.

Der Jetpack Meilenstein: Dabei handelt es sich um ein Widget, das sich über die Customizer-Einstellungen des Themedesigns hinzufügen lässt. Sie setzen sich eine Deadline bzw. ein Zieldatum und das Widget zählt bis zum Zieltag hinunter. Danach wird es unsichtbar gemacht.

Das Autoren-Widget: Zeigen Sie mit diesem Widget beteiligte Autoren mit Namen und Foto an.

Der Google-Übersetzer: Google übersetzt Ihren Blog automatisch in jede beliebige Sprache. Selbst wenn Sie Ihre Webseite selber übersetzen, hat Google einige Sprachen mehr im Angebot. Es ist eine gute Ergänzung zur selbst geschriebenen Übersetzung.

Meine Community: Stellen Sie die Mitglieder Ihrer Community vor. Zeigen Sie, wer Ihren Blog liest.

Kontaktinformationen: Geben Sie Ihre Kontaktinformationen bekannt. Das bietet sich besonders für Firmen an.



[Tumisu](#) / Pixabay

Social Media Icons & Co.: Über das Jetpack lassen sich auch Social Media Icons einfügen. Aber Vorsicht: Einige Funktionen des Jetpacks sind nicht datenschutzkonform.

Das Gravatar Widget: Verknüpfen Sie Ihre Webseite mit Ihrem Gravatar-Account. Auf Ihren Webseiten erscheint überall ein festgelegter Avatar. Lassen Sie z. B. Ihre anderen Webseiten anzeigen.

Das Galerie-Widget: Das Galerie-Widget fügt in der Sidebar eine ausgewählte Galerie in Ihren Blog ein. Es lassen sich die Titel der Galerie einstellen, Bilder mit Betitelung hinzufügen und die Form der Galerie, z. B. in Kacheln, Quadraten oder Kreisen einstellen. Auch eine Diashow steht zur Option. Wählen Sie die Bilder für Ihre Galerie aus und ziehen Sie diese in

das geöffnete Fenster. Dort haben Sie die Möglichkeit z. B. die Beschriftung vorzunehmen.

WordPress-Beiträge anzeigen: Mit diesem Widget zeigen Sie die aktuellsten Beiträge Ihrer anderen WordPress Blogs an. Sie haben die Wahl, wie viele Artikel angezeigt werden. Weitere Auswahlmöglichkeiten beziehen sich auf das Anzeigen der Beiträge mit Bild oder mit Textausschnitt. Die Auswahlmöglichkeiten können Sie kombinieren.

Bildwidget: Dieses Widget zeigt Bilder in der Sidebar an.

Twitter Timeline Widget: Ihre letzten Tweets werden angezeigt.

RSS-Links: Mit diesem Widget verlinken Sie zu Ihrem RSS-Feed.

Blog-Abonnements: Sie möchten Ihren Lesern die Gelegenheit geben, Ihren Blog zu abonnieren? Dann bieten Sie mit diesem Widget Ihren Lesern die Möglichkeit, Ihren Blog per Mail zu abonnieren.

Fazit:

Das WordPress-Jetpack bietet eine Menge vielseitige Widgets. Bezogen auf Social-Media ist vorsichtig geboten, da es zu rechtlichen Konflikten kommen kann. Für das WordPress Statistiktool benötigen Sie die Verknüpfung zu WordPress.com. Achten Sie in Bezug auf die WordPress-Statistik darauf, eine entsprechende Passage in Ihrer Datenschutzseite einzubauen!

Die Unterteilung von

Unternehmen

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Unternehmen zu unterteilen. Dabei unterscheidet man die Unterteilung nach Gewinnorientierung, nach Güterarten, Größe unter Internationalisierungsgrad.

Unterteilung nach Gewinnorientierung

Wenn Unternehmen nach der Gewinnorientierung unterteilt werden, ist die erste Möglichkeit die Unternehmen abzuzweigen, die gemeinnützige Ziele verfolgen. Dabei handelt es sich um Nonprofit-Organisationen.

1. wirtschaftliche Nonprofit-Organisationen, können Wirtschaftsverbände oder Verbraucherorganisationen sein.
2. Sozokulturelle Nonprofit-Organisationen, sind beispielsweise Sportvereine oder Kirchen.
3. Politische Nonprofit-Organisationen zum Beispiel Parteien.
4. Karitative Nonprofit-Organisationen sind Hilfsorganisationen für zum Beispiel Behinderte oder Selbsthilfegruppen

Unterteilung nach Güterarten

Unternehmen lassen sich in Sach- und Dienstleistungsunternehmen differenzieren.

Sachleistungsunternehmen

Industrie- und Handwerksbetriebe unterteilen sich nach Erzeugungsstufen:

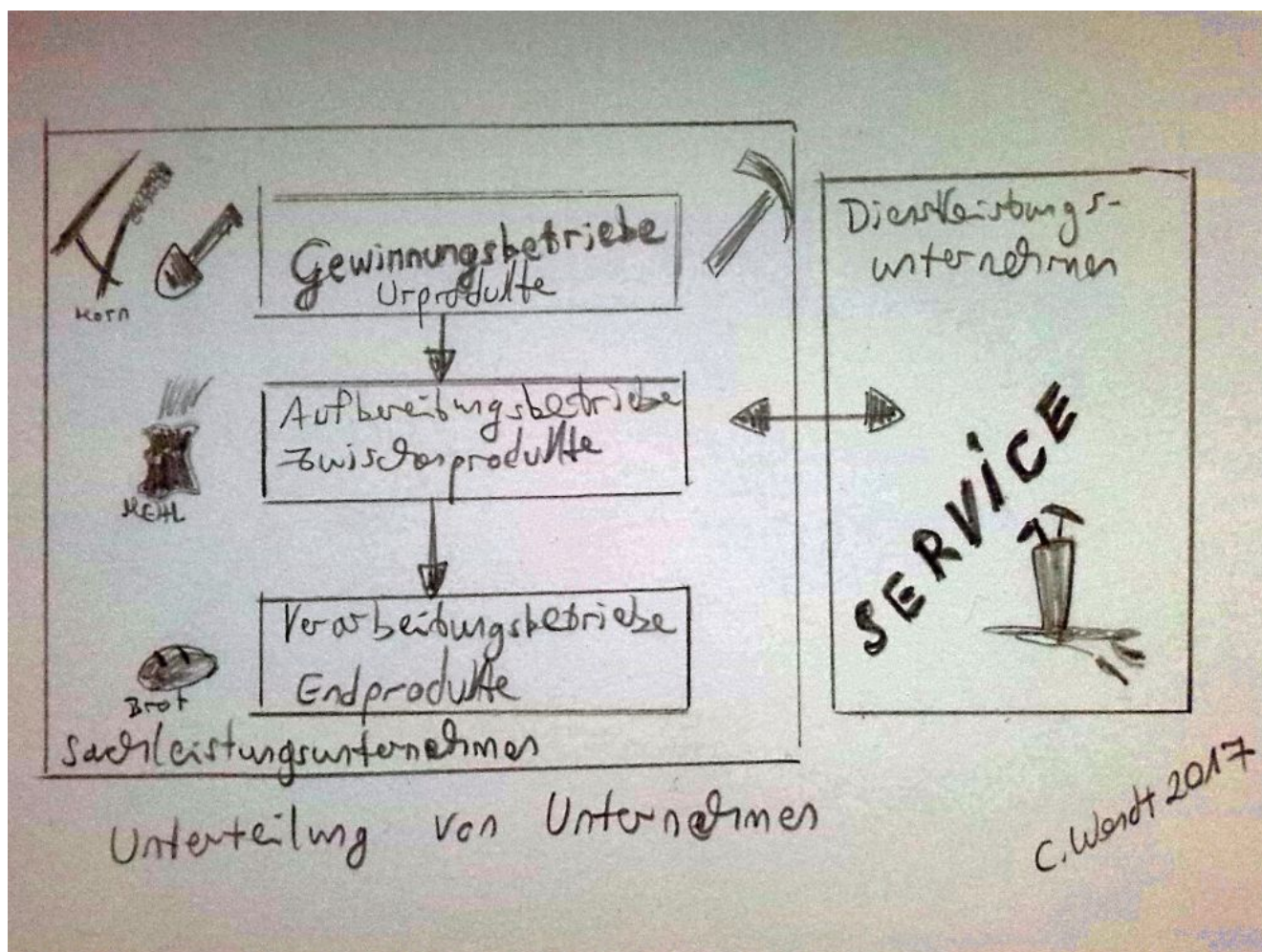
- Gewinnungsbetriebe: Dazu gehören landwirtschaftliche

Betriebe oder Bergwerke. Sie bringen Urprodukte hervor und werden dem Primärsektor zugeordnet.

- Veredelungs- und Aufbereitungsbetriebe: Stahlwerke produzieren beispielsweise aus den Urprodukten, Zwischenprodukte.
- Verarbeitungsbetriebe: Endprodukte werden zum Beispiel von Automobilherstellern produziert. Sie nutzen für Fertigstellung Zwischenprodukte. Als Veredelungsbetriebe gehören sie dem sekundären Sektor an.

Dienstleistungsunternehmen

In diesen Bereich fallen Handelsbetriebe, aber auch Bank-, Versicherungs und Beratungsbetriebe. Sie gehören dem tertiären Sektor an.



Unterteilung nach Größe

Nach Unternehmensgröße wird folgend unterschieden:

1. Kleine Unternehmen
2. Mittlere Unternehmen
3. Große Unternehmen

Kriterien, nach denen diese Unterteilung vorgenommen wird, sind:

- Bilanzsumme
- Umsatzerlöse
- Beschäftigtenzahl
- Börsenkapitalisierung bzw. Börsenwert
- Jahresüberschüsse

Unterteilung nach Internationalisierungsgrad

Im Internationalisierungsgrad gibt es mehrere Differenzierungsmöglichkeiten

Anzahl der Betriebsstätten

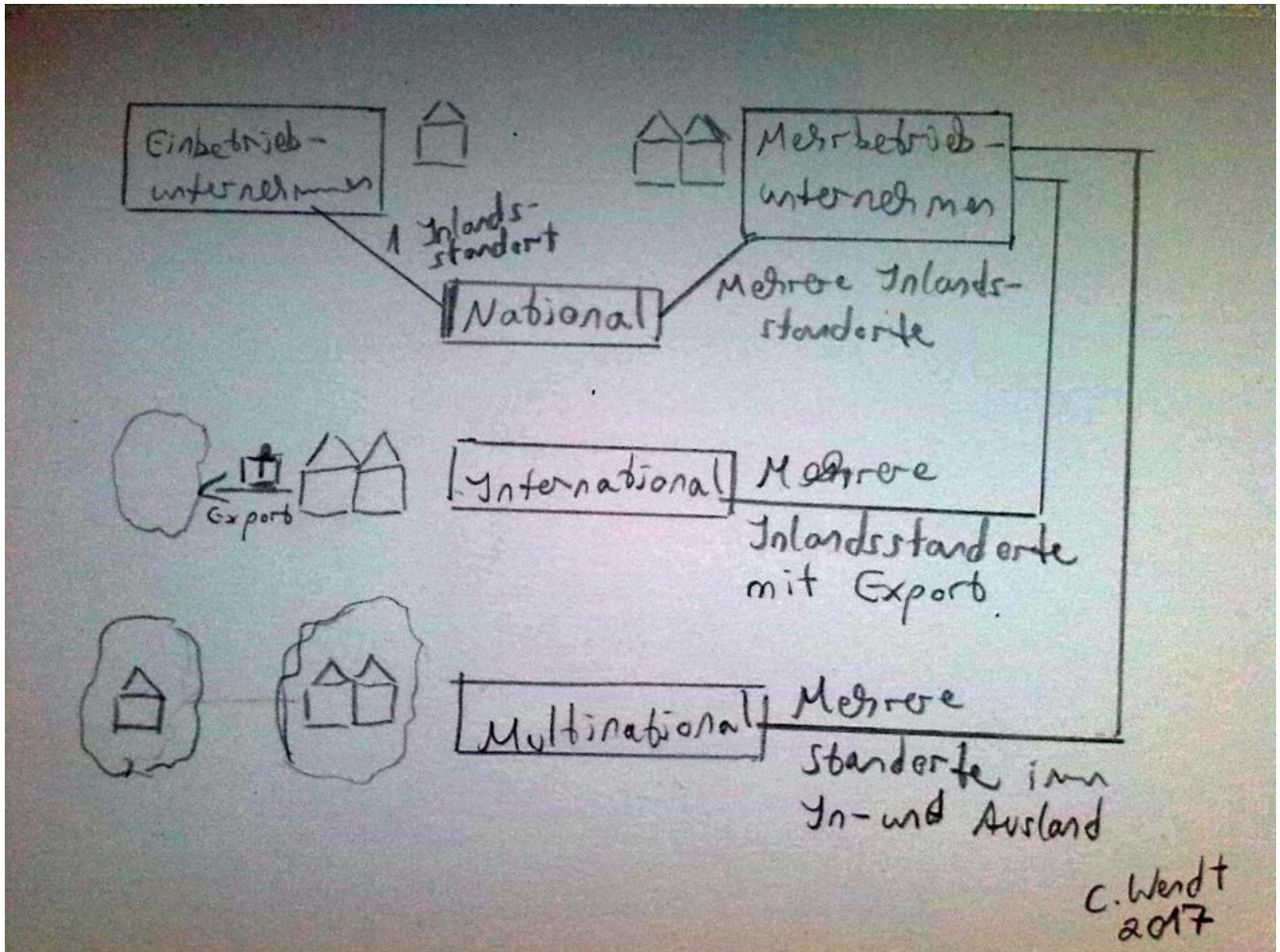
- Einbetrieb-Unternehmen
- Mehrbetrieb-Unternehmen

Abhängigkeit von Leistungsbeziehungen zum Ausland

- nationale Unternehmen
- internationale Unternehmen
- multinationale Unternehmen

In der Gründungsphase sind Unternehmen national als Einbetrieb-Unternehmen einzuordnen. Darauf folgt in der Regel die Umsatzphase, während derer sie sich erst zum

internationalen Mehrbetrieb-Unternehmen und dann zum multinationalen Mehrbetrieb-Unternehmen weiterentwickeln. Die Produktionsstandorte internationaler Unternehmen befinden sich im Inland. Sie exportieren ihre Produkte. Ist ein Unternehmen multinational, gibt es verschiedene Produktionsstandorte in verschiedenen Ländern.



Vahs / Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl. Stuttgart 2007. S.8-10.