

WordPress Plugins

Etliche WordPress Plugins erschlagen jeden, der sich das erste Mal damit beschäftigt. Einige sinnvolle Plugins möchte ich hier vorstellen:

Admin Columns

Mit Admin Columns lassen sich bei der Beitragsbearbeitung beispielsweise die Spalten bestimmen und leichter bearbeiten. Posts, User, Kommentare lassen sich hervorragend nach eigene Bedürfnissen einstellen. Sie wählen aus, welche Spalten Sie sehen möchten und wie Breit die Spalten sein sollen.

BackUp WordPress

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.

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

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.

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.

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.

Wie Sie Backlinks generieren!

Es gibt verschiedene Möglichkeiten für Sie Backlinks zu generieren. Wie Sie backlinks

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, Checklisten 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.

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.

Blogverzeichnisse

Blogverzeichnisse sind vorteilhaft für den Backlinkaufbau. Dort können Sie Ihren Blog eintragen. Mit ihnen lassen sich außerdem Besucher anziehen. Gute Blogverzeichnisse geben eine "nofollow-Backlinks". Außerdem bauen Sie direkte Links zum Blog auf. Ausführlichere Texte werden meist von höherwertigen Blogverzeichnissen verlangt. Ein gutes Blogverzeichnis sollte keinen Spam und keine toten Links beinhalten.

Bloggerei

Bei Bloggerei.de wird vorausgesetzt, dass der angemeldete Blog der eigene ist. Der erste Beitrag sollte mindestens 4 Wochen alt sein. Werbeblogs werden nicht gerne gesehen. Außerdem muss der Blog Text in englischer oder deutscher Sprache beinhalten. Rassistische, gewaltverherrlichende und nicht-jugendfreie Inhalte werden nicht in das Verzeichnis aufgenommen. Ein Feed

ist eine weitere Voraussetzung für die Blogaufnahme. Zusätzlich gilt Backlinkpflicht. Sie müssen auf ihrem Blog ein Publicicon einbauen.

Hier geht's zur Anmeldung von [Bloggerei.de](https://www.bloggerei.de)

Bloggeramt

Für Bloggeramt ist eine Registrierung notwendig. Dort lassen sich allerdings auch mehrere Blogs anmelden. Das Verzeichnis hat keine Backlinkpflicht. Die neuesten Beiträge werden bei Bloggeramt angezeigt.

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.

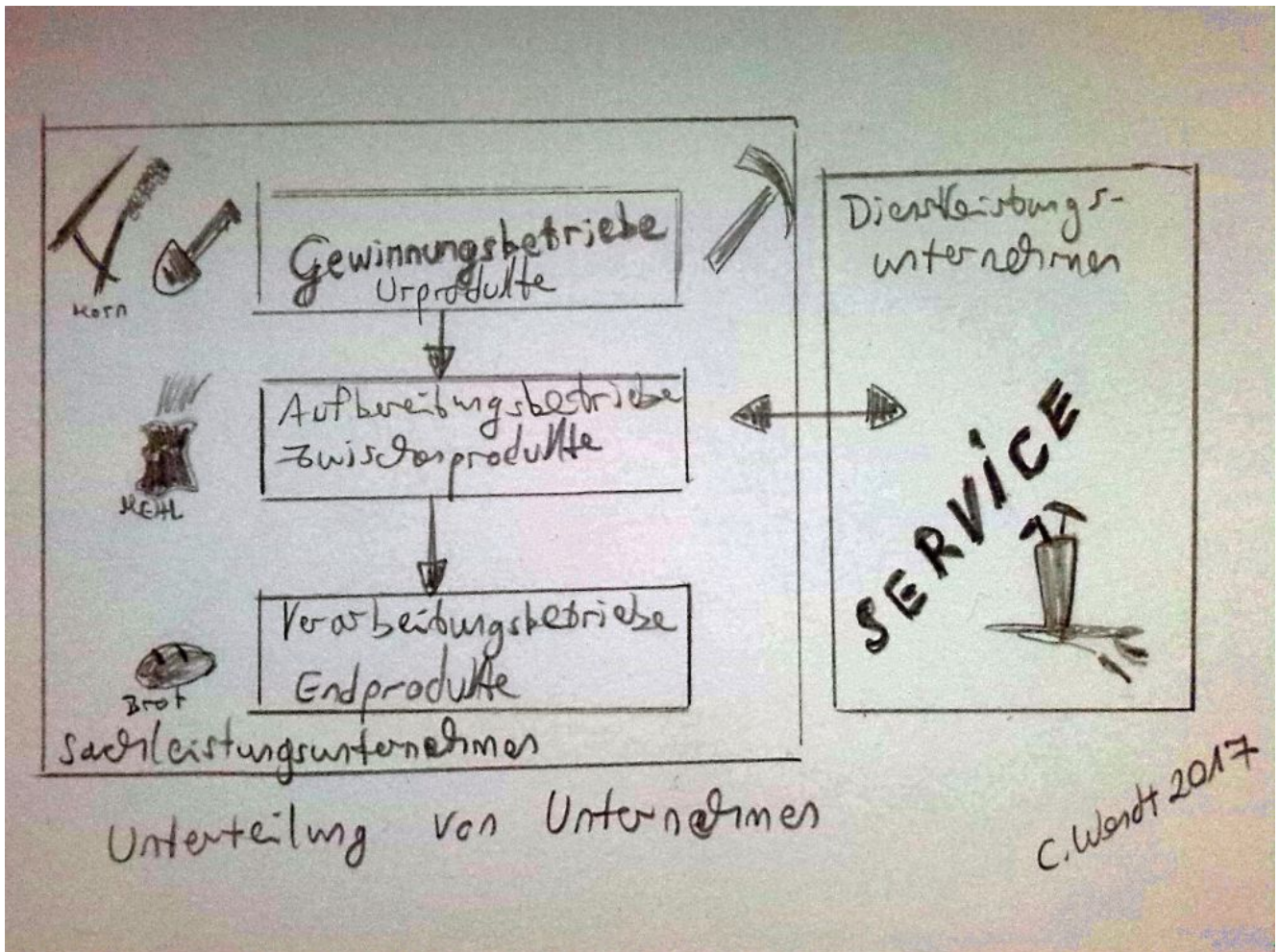
Sachleistungsunternehmen

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

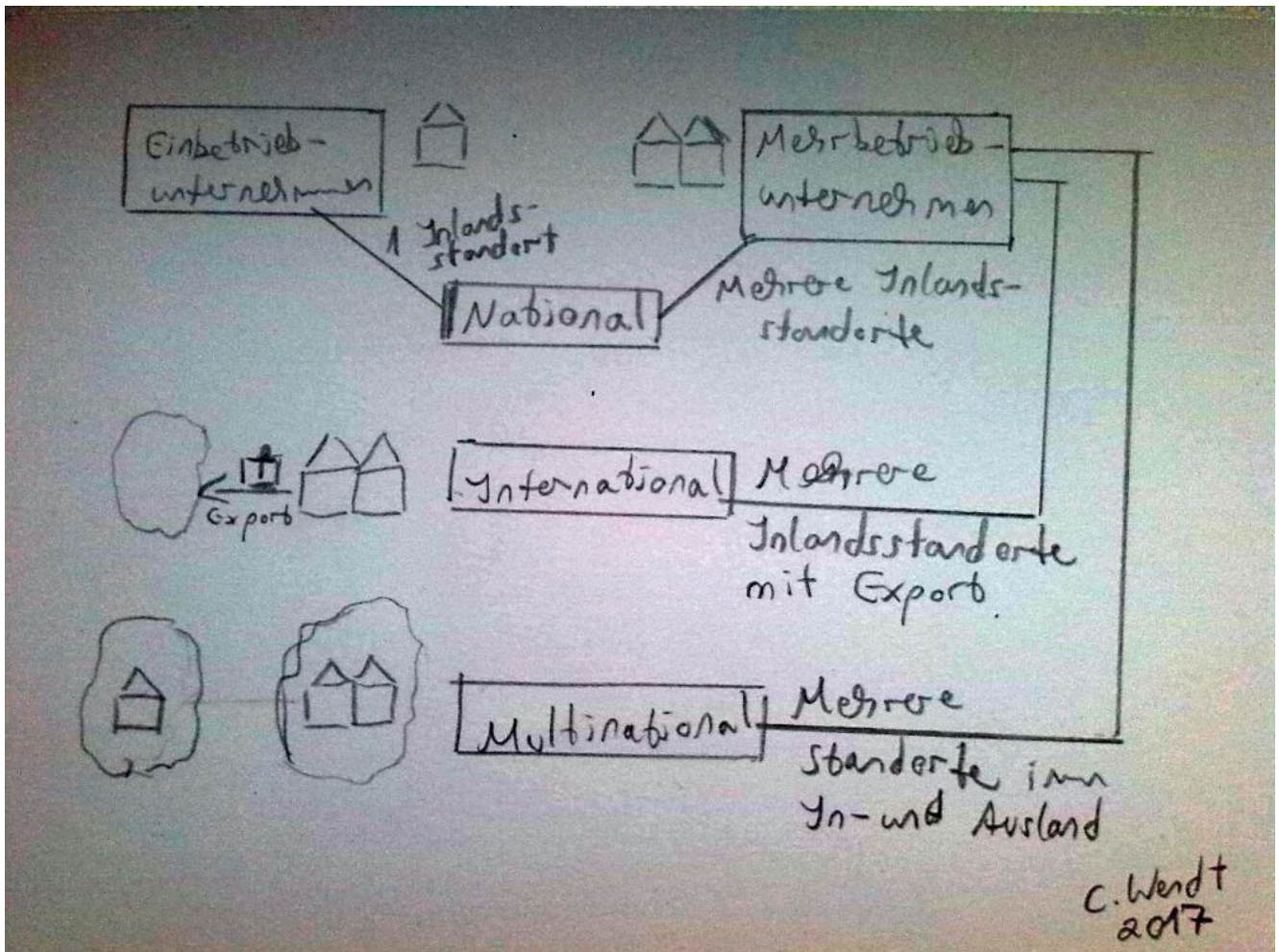
Anzahl der Betriebsstätten

- 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.

Aktive Persönlichkeitsentwicklung

Das „[Personal Coaching in Köln](#)“ hat auf seinem Blog eine Blogparade zum Thema [aktive Persönlichkeitsentwicklung](#) gestartet. Dieser Beitrag gibt ein paar Tipps, wie man seine eigene Persönlichkeit weiterentwickeln kann.

Die Persönlichkeit scheint in jedem festgeschrieben. Aber ist das wirklich so? Die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit ist ein Ergebnis von Prozessen und Erfahrungen im eigenen Leben. Erfahren Sie, dass sich mit bestimmten Vorgehensweisen Ziele erreichen lassen, behalten Sie diese als Gewohnheiten bei. Erfahrungen prägen jeden Menschen und entsprechend passt er sich an. Solch eine Anpassung ist die Persönlichkeitsentwicklung.

Lässt sich die Persönlichkeitsentwicklung aktiv beeinflussen?

Eine aktive Persönlichkeitsentwicklung kann jeder initiieren, indem er eigene Schwächen erkennt und daran arbeitet. Dabei gilt es Stärken und Schwächen gegenüberzustellen. Wichtig ist in diesem Fall, sich Zielsetzungen zu überlegen. Was möchte ich erreichen und wie schaffe ich das? Anhand dieser Analyse können Sie Maßnahmen ergreifen. Dafür ist selbstverständlich eine gewisse Selbstdisziplin gefordert. Aber nur so, verändern Sie es, sich zum Positiven. Wenn Sie Probleme haben, Reden zu halten, besuchen Sie zum Beispiel Rethorikseminare. Sie üben sich im Reden und bekommen Feedback um sich weiterzuentwickeln.

Was macht eine aktive Persönlichkeitsentwicklung aus?

Ergreifen Sie die Initiative. Warten Sie nicht, bis sie auf Probleme hingewiesen werden, sondern beobachten Sie sich selbst. Analysieren Sie Ihre eigenen Taten und Fähigkeiten, um Entscheidungen zu treffen. Nutzen Sie z. B. Kursangebote, um sich zu verbessern. Holen Sie sich gezielt Feedback von Anderen, wenn Sie Ihre Schwächen kennen! Lassen Sie Ihre Stärken dabei nicht außer Acht!

Zusammenfassend zum Thema Persönlichkeitsentwicklung, stellen sich folgende Fragen:

Wo bin ich gerade?
Welche Zielsetzung habe ich?
Wie erreiche ich mein Ziel?
Welche Erfahrungen habe ich bisher?
Worauf kann ich aufbauen?
Wer kann mich dabei unterstützen?

Persönlichkeit aktiv gestalten

Mit Analyse, Zielstrebigkeit und Selbstdisziplin schafft es jeder, seine Persönlichkeit in die gewünschte Richtung zu lenken. Keiner ist nur auf sich allein gestellt. Nutzen Sie Angebote, die sich Ihnen bieten und holen Sie sich Unterstützung! Ziehen Sie Vorteile aus einem Perspektivwechsel! Versuchen Sie selber, sich von außen zu beobachten, und Sie schaffen es aktiv Ihre Persönlichkeit zu gestalten!

In welcher Lebensphase steckt Ihr Unternehmen?

Ein Unternehmen hat mehrere Lebensphasen. In welcher Phase stecken Sie gerade mit Ihrem Unternehmen?

Die Gründerphase

Sie haben gerade erst entschieden, dass Sie ein Unternehmen gründen wollen? Herzlichen Glückwunsch! Sie stecken mitten in der Gründerphase! Sie haben eine Menge Entscheidungen zu treffen!

- **Welche Leistungen oder Produkte möchten Sie anbieten?**

- Werden Sie Dienstleister?
- Produzieren Sie?
- Sind bzw. werden Sie Freiberufler?
- **Wo wird Ihr Unternehmensstandort sein?**
 - Arbeiten Sie von zu Hause aus?
 - Mieten Sie ein Büro oder ein Gebäude?
 - Kaufen Sie ein Haus?
 - Kaufen Sie ein Grundstück und bauen Sie neu?
- **Welche Rechtsform ist für Sie die richtige?**
 - Gehen Sie auf volles Risiko und werden Sie Einzelunternehmer?
 - Oder schließen Sie sich mit anderen zusammen und gründen eine GmbH
- **Wie wird die Leistungserstellung in Ihrem Unternehmen vonstatten gehen?**
 - Welche Struktur hat Ihr Unternehmen?
 - Werden Aufgabenbereiche aufgeteilt? Wenn ja, auf welche Positionen?
 - Sind Sie Alleinentscheider oder holen Sie Andere mit ins Boot

Die Gründungsphase ist mit die wichtigste Phase in Ihrem Unternehmen, denn Sie entscheidet über Erfolg oder Misserfolg Ihres Unternehmens!

Die Umsatzphase

Während der Umsatzphase fällen Sie Entscheidungen zum Unternehmenswachstum und zur Markterschließung:

- Welche **Märkte** sind für Sie relevant?
- Sind weitere **Zweigstellen** geplant? Oder beschränken Sie sich auf einen Betrieb?
- Welche **relevanten Märkte** wollen Sie erschließen?
- **Diversifizieren** Sie! Bleiben Sie bei Ihrem Hauptprodukt oder bieten Sie andere Produkte an?
- Wie wollen Sie mit anderen Unternehmen **zusammenarbeiten**?

- Wie soll Ihr Unternehmen gegebenenfalls **restrukturiert** werden?
- Wollen Sie Ihre **Unternehmensstrategie neu ausrichten**?
- Gestalten Sie **Strukturen und Prozesse** im Unternehmen neu?

Die Auflösungsphase / **Liquidationsphase**

Die Auflösungsphase Ihres Unternehmens wird in der Regel durch die Insolvenz eingeleitet. In welcher Situation befinden Sie sich? Versuchen Sie mit Entscheidungen Schadensbegrenzung vorzunehmen? Oder ist Ihr Unternehmen so rentabel, dass Sie es gewinnbringend verkaufen können? Beide Situation sind denkbar!

Quellen:

Vahs / Schäfer-Kunz: Einführung in die
Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl. Stuttgart 2007. S.6-7.

Was ist BWL?

BWL

Bei der Betriebswirtschaftslehre geht es primär um das **Wirtschaften** in und von Betrieben.

Dafür werden erst einmal verschieden **Wirtschaftseinheiten** betrachtet. Zu diesen Wirtschaftseinheiten gehören die **Haushalte**, die mit **Konsumwirtschaft** ihren eigenen Bedarf mit Gütern decken.

Die zweite Wirtschaftseinheit sind die **Betriebe**, die mit **Produktionswirtschaft** produzieren, um fremden Bedarf zu decken. Sie lassen sich in **öffentliche Betriebe** und **Unternehmen** unterteilen.

In der Betriebswirtschaftslehre geht es um Aufgaben im Unternehmen, wie Einkauf, Produktion, Verwaltung und Vertrieb. Grundsätzlich beschäftigt sich die BWL also mit der Grundlage der Unternehmensführung. Teil der BWL sind deshalb Planung, Organisation und Berechnungen. Da BWL ein fachübergreifendes Studium ist, ist danach der Einsatz in jedem Betrieb, der produziert und herstellt, sowie in der Wirtschaft, möglich. Es werden die institutionelle und die funktionale Betriebswirtschaftslehre unterteilt.

Die BWL ist sorgt dafür, dass im Betrieb effizient wirtschaftlich gearbeitet wird.

Dieser Beitrag soll weiterhin verschiedene Wirtschaftseinheiten betrachten. Zu diesen gehören die Haushalte und die Betriebe.

Wirtschaftseinheiten der BWL

Haushalte

Haushalte, decken mit Konsumwirtschaft ihren eigenen Bedarf mit Gütern. Der betriebswirtschaftliche Begriff dafür ist **Konsumtionswirtschaft**. Die Haushalte bieten als Gegenleistung Arbeitskraft und die nötige Infrastruktur. Sie lassen sich in private und öffentliche Haushalte unterteilen:

Private Haushalte sind Ein- oder Mehrpersonenhaushalte. Ihr Bedarf besteht zum Beispiel aus Nahrungsmitteln, Wohnraum oder Bildung.

Zu den **öffentlichen Haushalten** gehören Bund, Länder und Kommunen. Ihr Bedarf besteht aus dem kollektiven Bedarf privater Haushalte. Eine funktionierende Infrastruktur, das

Gesundheitswesen, die Altersvorsorge, ein funktionierendes Rechts- und Bildungswesen, Sicherheit und Verkehr werden gewährleistet. Die öffentlichen Haushalte sind Gegenstand der **Finanzwissenschaften**.

Welche Arten von Betrieben gibt es?

Die zweite Wirtschaftseinheit sind die **Betriebe**, die produzieren, um fremden Bedarf zu decken bzw. ihre Produkte abzusetzen. Sie lassen sich in öffentliche Betriebe und Unternehmen unterteilen.

Bei Betrieben handelt es sich um **Produktionswirtschaften**, die nach dem **Wirtschaftsprinzip** arbeiten. Sie wirtschaften nach dem **ökonomischen Prinzip** und streben ein finanzielles Gleichgewicht zwischen Ausgaben und Einnahmen an. Betriebe lassen sich in **öffentliche und private Betriebe** unterteilen.

Öffentliche Betriebe

Sie unterliegen dem öffentlichen Recht und arbeiten nach drei Prinzipien:

1. **Das Prinzip des Gemeineigentums:** Öffentliche Betriebe gehören dem Bund, den Ländern oder den Kommunen. Sie sind nicht privatisiert.
2. **Das Organprinzip:** Staatliche Stellen haben Mitbestimmungsrechte in den betrieblichen Entscheidungen der Organe öffentlicher Betriebe.
3. **Das Prinzip der Gemeinnützigkeit:** Öffentliche Betriebe dürfen keine oder nur sozial angemessene Gewinne erzielen.

Zu öffentlichen Betrieben gehören z. B. Energieversorger, Krankenhäuser oder Theater u. a.

Private Betriebe

Sie werden auch Unternehmen genannt und befinden sich zum Großteil in privater Hand. Unternehmen handeln autonom nach

dem erwerbswirtschaftlichen Prinzip.

Private Betriebe unterliegen dem Zivilrecht. Sie arbeiten nach folgenden drei Prinzipien:

1. **Das Prinzip des Privateigentums:** Das Verfügungsrecht über Unternehmen liegt bei Privatpersonen oder Unternehmen.
2. **Autonomieprinzip:** Unternehmen dürfen betriebliche Entscheidungen autonom und unabhängig von staatlichen Stellen und Wirtschaftseinheiten treffen.
3. **Erwerbswirtschaftliches Prinzip:** Unternehmen streben nach der Maximierung ihres Gewinns.

Sie lassen sich nach verschiedenen Kriterien systematisieren.

Betriebe und die Wirtschaftsordnung

Gutenberg prägte den Begriff **systemindifferenter** Faktoren. Diese Faktoren sind unabhängig vom Wirtschaftssystem und beeinflussen den Betrieb. Zu ihnen gehören die **Produktionsfaktoren**, wie zum Beispiel Arbeit, Betriebsmittel und Werkstoffe. Die Produktionsfaktoren werden nach dem Wirtschaftlichkeitsprinzip eingesetzt, welches als **ökonomisches Prinzip** bezeichnet wird. Ein weiterer systemindifferenter Faktor ist das **finanzielle Gleichgewicht**. Einflussfaktoren, die sich aus dem Wirtschaftssystem ergeben, sind systembezogene Größen. Die Idealtypen der Wirtschaftssysteme sind **freie Marktwirtschaft** und **Zentralverwaltungswirtschaft**. In der **freien Marktwirtschaft** bestimmt das Unternehmen seinen Wirtschaftsplan je nach Marktsituation selber. Das **Autonomieprinzip** gilt, denn staatliche Behörden schreiben keinen Wirtschaftsplan vor. Seine Preise kann der Betrieb beispielsweise selber bestimmen. Das Unternehmen arbeitet nach dem **erwerbswirtschaftlichen Prinzip**. Es ist bestrebt mit der Leistungserstellung und -verwertung ein **Gewinnmaximum** zu erreichen. Das **Privateigentum** gehört dem, der das Eigenkapital zur Verfügung stellt.

Betriebe im marktwirtschaftlichen System werden als **Unternehmen** bezeichnet. **Stärken** der **Marktwirtschaft** sind die **persönliche Freiheit**, die **Garantie des Privateigentums** und des **Privaterbrechts**, zusätzlich zur autonomen Unternehmerentscheidung. **Schwächen** der Marktwirtschaft sind der Hang zur **Unternehmenskonzentration**, **Einkommensunterschiede**, die zu einer **ungleichen Vermögensverteilung** führen und **konjunkturelle Schwankungen** im System.

In der **sozialen Marktwirtschaft** sollen Schwächen der freien Marktwirtschaft beseitigt werden. Dafür greift der Staat mit **Gesetzen** in den Wirtschaftsablauf ein. Der **Wettbewerb** wird abgesichert. Faktoren, die zu **sozialen Spannungen** führen, werden abgebaut.

Wichtig dafür ist das **Gesetz der Wettbewerbsbeschränkung**, welches Kartelle verbietet. Gesetzliche **Umverteilungs- und Einkommenssicherungsmaßnahmen** sollen die ungleiche Einkommens- und Vermögensverteilung ausgleichen. Zusätzlich gibt es **wirtschafts- und steuerpolitische Maßnahmen**. **Verteilungsgerechtigkeit** wird von unterschiedlichen Wertesystemen bestimmt.

In der **Zentralverwaltungswirtschaft** bestimmt der zentrale Volkswirtschaftsplan die wirtschaftlichen Entscheidungen. Produktionsmittel sind **Gemeineigentum**. Für den Betrieb wird ein **Produktions-Soll** festgelegt. Die **Preise** werden behördlich festgesetzt.

Die **Kontingentierung** ist eine Zuteilung von Mengen der Produktionsfaktoren.

Im Verhältnis zu den Wirtschaftssystemen sind **öffentliche Betriebe** ein Sonderfall. Für sie gilt nicht der Grundsatz des erwerbswirtschaftlichen Prinzips und nicht der Grundsatz der Selbstbestimmung. Angestrebt wird ein **angemessener Gewinn**.

Quelle:

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

vgl. Meier, Marcel: Was ist BWL. <https://was-ist-bwl.de/> (letzter Zugriff: 10.11.2017).

vgl. Franke, Daniel: BWL. <https://www.bwl-wissen.net/definition/bwl>

Suchmaschinenmarketing

Was ist Suchmaschinen Marketing?

Müssen Sie sich um die Erstellung der eigenen Unternehmenswebseite oder ihres Blogs kümmern? Spätestens dann kommen Sie nicht mehr um das Thema Suchmaschinenmarketing herum. Dieser Beitrag soll klären, worum genau es sich dabei handelt und welche Formen es gibt.

Es gibt verschiedene Arten der Suche im Internet. Die hauptsächlich Genutzte ist die allgemeine Suche über Google, auch „Universal Search“ genannt. Google hat sein System so eingestellt, dass die Suchmaschine bei der Eingabe eines Suchparameters auf verschiedene Datenbanken zugreift. Die passenden Treffer werden dann über die Ergebnisanzeige aufgelistet. Was hat das mit Ihrer Webseite zu tun? Jeder Blogger und jedes Unternehmen streben an, in den Suchergebnissen ganz oben angezeigt zu werden. Das zeugt von

Qualität und einer themenrelevanten Seite für Leser oder potenzielle Kunden. Um jedoch weit oben gelistet zu werden ist es nötig, die eigene Webseite für die Suchmaschine zu optimieren?

Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung?

Suchmaschinenoptimierung heißt für Sie, Ihre Webseite, für Ihr Themengebiet so zu präsentieren, dass Google oder andere Suchmaschinen sie leicht finden. Dazu gehören Aspekte wie Texte, die suchmaschinenrelevant auf Keywords optimiert werden. Bilder müssen Sie mit Texten versehen, damit Ihre Seite weit oben ranken kann! Bereits bei der Bloggründung müssen Sie im Blick haben, unter welchen Gesichtspunkten Sie gefunden werden wollen!

Woraus besteht Suchmaschinenoptimierung?

SEM, SEO und SEA sind Abkürzungen, die Sie vielleicht anfangs verwirren, aber genau darum geht es! SEM steht für „Search Engine Marketing“, SEO für „Search Engine Optimizsation“ und SEA ist die Abkürzung für „Search Engine Advertising.“ SEO und SEA sind die Säulen, die unter dem „Dach“ SEM zusammengefasst werden.

SEM

Search Engine Marketing umfasst SEO- und SEA- Maßnahmen. Der Begriff bezieht sich auf das komplette Suchmaschinenmarketing. Um Traffic für die eigenen Seiten zu erzielen, greifen Sie im Idealfall auf beide zurück.

SEO

Unter SEO lässt sich die Suchmaschinenoptimierung von Texten verstehen. Hier lassen sich die Maßnahmen in On-Page- und Off-Page-Maßnahmen unterteilen. Während On-Page-Maßnahmen auf der eigenen Seite vorgenommen werden, wird bei Off-Page-Maßnahmen die externe Verlinkung durch andere Blogger angestrebt.

SEA

SEA ist die Suchmaschinenwerbung. Sie ist neben regulären Suchergebnissen zu finden. Im Gegensatz zu anderen Maßnahmen ist bei dieser definitiv mit Kosten zu rechnen.

Warum Suchmaschinenoptimierung?

Die Suchmaschinenoptimierung hilft Ihnen und Ihrem Unternehmen Kunden zu finden. Als Blogger ist ein zentrales Ziel das Aufbauen einer Leserschaft, die regelmäßig die neuen Artikel Ihres Blogs liest. Durch Suchmaschinenmarketing ist es möglich aufzufallen und damit einen höheren Traffic zu generieren. Um zu entscheiden welche Maßnahmen für Sie relevant sind, lassen Sie Ihre Webseite analysieren! Anhand einer Analyse lässt sich ein Vermarktungskonzept erarbeiten, mit dem es leichter wird, sich unter der Konkurrenz in Ihrem Gebiet hervorzutun!

Fazit:

Nutzen Sie alle Möglichkeiten, um Ihre Webseite nach vorne zu bringen! Mit den geeigneten Maßnahmen erhöhen Sie Ihre Findbarkeit und damit die Chancen, eine Leser- und Kundschaft aufzubauen, abseits der Regionalität. Verschiedene Maßnahmen des Suchmaschinenmarketings greifen wie Zahnräder ineinander und bringen Ihre Seite nach vorne!

Welche Artikel braucht Ihr Blog?

Welche Artikel braucht Ihr Blog?

Für jeden Blogautoren stellt sich die Frage, welche Arten von Blogartikeln sich eigenen. Dafür sollte sich jeder Blogger einen Plan erarbeiten:

1. **Wiederkehrende Posts** vor allem regelmäßige Artikel. Dabei kann es sich um Links, Plugins, Bücher u. a. handeln. Verschiedene Themen können von unterschiedlichen Gesichtspunkten aus betrachtet und wiederaufgegriffen werden.
2. **Produkt-Reviews** präsentieren Produkte, Hersteller und Firmen. Was für Produkte stellst du vor? Welche Vorteile haben diese Produkte? Was ist neu daran? Was ist anders?
3. **Listenartikel** können Zusammenfassungen wichtiger Fakten oder Punkte sein. Interne Links des eigenen Blogs lassen sich zu bestimmten Themen sammeln.
4. **Free Things** sind E-Books, Freeware & Co die thematisch zum Blog passen.
5. **Interviews**
6. **Newsartikel** sind aktuelle Neuigkeiten mit denen Sie Ihre Leser versorgen. Newsartikel fallen in der Regel etwas kürzer aus. Sie liegen zeitlich näher am aktuellen Thema.
7. **Hintergrundartikel** sind zeitlos und bilden eine hervorragende Archivgrundlage. Dafür sind sie meist länger.
8. **Anleitungen** sind praktische Artikel für Leser, die sie nachmachen können. Das können beispielsweise Rezepte zum Nachkochen sein.
9. **Erfahrungsberichte** vermitteln eigene Erfahrungen in bestimmten Themengebieten. Welche guten oder schlechten Erfahrungen haben Sie gemacht?
10. **Fallstudien** sind gute Möglichkeiten für praktische themengebundene Beispiele.
11. **Pillar Posts** sind Artikel, die sich umfangreich ein bestimmtes Thema behandeln. Mit diesen können Sie sich

in Ihrem Thema als Experte positionieren. Diese Form der Artikel bilden das Rückgrad des Blogs.

Beim Gedanken machen über relevante Artikel und Artikelstrukturen ist es wichtig zu recherchieren, was von den Lesern gerne gelesen wird. Verschaffen Sie sich mit dem Lesen von Blogs der eigenen Branche einen Überblick. Achten Sie darauf, welche Artikel viel Aufmerksamkeit bekommen.

- Was fehlt den anderen Blogs? Was sollte der eigene Blog bieten?
- Welche Artikel bekommen Kommentare oder sind gut besucht?
- Welches sind die beliebtesten Artikel?
- Was ist im RSS-Feed besonders erfolgreich?
- Welche Artikel sind im Social Web angesagt?

Ergänzend ist ein Wochenplan empfehlenswert:

- Wieviel Zeit planen Sie fürs Bloggen ein?
- Wann lassen sich Artikel vorbereiten?

Dadurch entwickeln Sie einen eigenen Blog-Rhythmus und bringen regelmäßig Inhalte. Leser werden mit neuem Lesestoff versorgt.

Artikelrecherche

Um die richtigen Artikel zu schreiben, ist es sinnvoll sich Gedanken über **Thematik** und **Schwerpunkte** zu machen. Halten Sie Ideen sofort fest, wenn Sie diese haben. **Material sammeln** ist wichtig. **Unterhalten** Sie sich mit **Kollegen**, **Freunden** und anderen **Bloggern**. Dabei können weitere **Artikelideen** entstehen. Lesen Sie auch **andere Blogs**. Besonders **thematisch verwandte Blogs** geben einen Eindruck darüber, was gefragt ist. Verlassen Sie sich auf **vertrauenswürdige Quellen**. Mindestens **2 Stück** sollten Sie zur Hand haben. Konzipieren Sie die **Artikelabschnitte** mithilfe von Überschriften. Eine **Artikelstruktur** lässt sich mit den Überschriften **H1 – H6** schaffen. **RSS-Feeds** sind eine hervorragende

Informationsquelle, wo immer die neuesten Nachrichten durchlaufen. **Analysetools** helfen dabei herauszufinden, welche Artikel besonders gut ranken. Analysieren Sie **Keywords**, mit welchen ein Artikel ranken soll. **Keywords** sollten in **Text, Headline, Title, Meta-Angaben** und **Bildtexten** auftauchen.