



Social Media Marketing

Art der Kommunikation
Blogs (Wordpress)



der soziale Marktplatz



Rainer Wälde, Leiter des Deutschen Knigge-Rats, auf der Web-Seite des Anstandsgremiums, übernehmen ja gerade die sozialen Netzwerke im Web für den postmodernen Menschen "die Funktion der Dorflinde, unter der sich früher die Bewohner zum täglichen Austausch getroffen haben."

Ein schönes, treffendes Bild: Da wurde dann ja auch nicht geflucht und geduzt und gezetert an der Grenze zur Strafbarkeit. Nein, anständige Menschen pflegten seit Höhlenzeiten stets Umgangsformen, die das Zusammenleben größerer Gruppen erst ermöglichten.



Küss die Hand, Madame:
Kommunikation kann so angenehm sein, wenn sie gesittet verläuft



Groundswell

- oder wie aktiv sind die Nutzer im Internet

Der Begriff Groundswell wird wie folgt definiert:

“Der Groundswell ist ein sozialer Trend, bei dem Leute weltweit neue Technologien nutzen, um Informationen, Hilfen und Tipps voneinander zu bekommen statt wie früher von Unternehmen, Medien und Informationen”

(zitiert bei PR Social Web*, S. 27).

Methoden für Social Media nach Groundswell:

Groundswell wird charakterisiert durch bestimmte Taktiken, die Unternehmen dazu dienen, soziale Technologien strategisch und effektiv zu nutzen:

- 1) **Zuhören:** was läuft eigentlich sonst im Netz?
- 2) **Sprechen** / aktiv werden. Über/mit Kunden, Geschäftspartnern,...
- 3) **Unterstützen:** Supportkanäle
- 4) **Aktivieren:** Fans oder Follower einsammeln / generieren
- 5) **Einbinden:** der Partner, Freunde etc in die (Geschäfts-)Prozesse

(zB. McDonald`s: „Entwirf deinen eigenen Burger“ im Netz, Namen geben etc., der wurde dann wirklich verkauft. Vorteil für McD: Produktverbesserung / Kundenfeedback / Kundenbindung!)

Groundswell

Es geht also um die **Nutzung** der neuen Technologien und die Veränderung des Verhaltens im Internet. Die Autoren teilen die Konsumenten nach dem **Grad ihrer Beteiligung** am Groundswell ein:

Inactives: Leute, die inaktiv sind

Spectators: die 90% der Leute, die nur zuhören /-sehen.

Joiners: Leute, die dabei sind

Conversationals / Critics: immer dabei sein („Jetzt gehe ich duschen!“), auch die, die „Motzer“ sind.

Collectors: Leute, die Infos sammeln, bewerten und zur Verfügung stellen. siehe Crowdsourcing! Koch stellt Rezepte online, Leute machen Verbesserungsvorschläge und Austausch darüber.

Creators / Hersteller / Aufbereiter: nur 1% der Internetuser (eigene Blogs etc, NICHT Facebook-User) dh der aktiv beteiligt sind.





Forrester Research

Die Autoren J. Bernoff und C. Li haben die Untersuchung im Auftrag des Marktforschungsinstituts Forrester Research durchgeführt und das Buch veröffentlicht.

Auf seiner Homepage bietet das Unternehmen z.B. ein Gratis-Tool, mit dem regional nach Alter und Geschlecht eruiert werden kann, in welcher Weise die avisierte Zielgruppe im Social Web aktiv ist.

http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html

Aspekte medienspezifischer Kommunikation

In realen Kommunikationssituationen haben Mitglieder einer Sprach- und Kulturgemeinschaft Vorstellungen davon, wie sie Kommunikationspartnern begegnen müssen, um ein Gespräch höflich zu beginnen, sich zu begrüßen, sich zu verabschieden. Aufgrund der gegenseitigen Wahrnehmungssituation sind sie in der Lage, anhand von Mimik und Gestik Stimmungen und Gefühle abzulesen und daraus Meinungen zu antizipieren.

Dies ändert sich in virtuellen Kommunikationsformen, wo das Gegenüber nicht face-to-face anwesend ist. Diese Arbeit beschäftigt sich aus linguistischer Perspektive mit der Frage, wie Höflichkeitsformen und Möglichkeiten der Gefühlskennzeichnung im Internet gewahrt bzw. dem Medium angepasst oder im Rahmen einer sogenannten Netiquette für das Medium entwickelt werden.



Kommunikation von Umgangsformen

Höflichkeit kann, wie oben ausgeführt, verschiedene Einstellungen als Hintergrund haben.

Wie aber äußert sich Höflichkeit jetzt genau?

Was sind konkrete Erscheinungsformen von Höflichkeit in der Realität?

Wie bereits beschrieben, ist Höflichkeit ein Verhalten, mit dem die Mitglieder einer Sozialgemeinschaft in der durch die Sozialisation erlernten kommunikativen Praxis umzugehen gelernt haben. Höflichkeit wird also kommuniziert. So sind nonverbale Verhaltensweisen oder menschliche Sprache die Kommunikationsmittel, mit denen Menschen in einer Sozialgemeinschaft sich gegenseitig höflich begegnen können.



Sprache und Umgang

Sprache ist eines der zentralen Kommunikationsmittel, um Höflichkeit auszudrücken. In Sprache finden sich viele unterschiedliche Formulierungen und Konventionen, die den Sprecher höflich erscheinen lassen. So gibt es im Deutschen das Siezen als Anredekonvention. Eine typische Siez-Situation ist gegeben, wenn sich zwei Personen fremd sind. Geduzt wird dann, wenn man sich näher kennt oder einer dem anderen das Du angeboten hat. Das Anredeverhalten kann aber auch ein Indiz für den sozialen Status oder die Macht der einzelnen Personen sein.



Nichtsprachlichkeit und Umgangsformen

Zu den nonverbalen Mitteln der Kommunikation zählen Mimik, Kinetik, Proxemik, Augenkommunikation, Accessoires und Gestik. Nonverbale und paraverbale Kommunikationsmittel können helfen, das Gesagte zu erklären, zu verdeutlichen oder zu bekräftigen, was am Beispiel der Zeigegesten erläutert werden soll. Sie gehen oftmals Hand in Hand mit dem Gesprochenen. Der Kommunikationspartner kann zum Beispiel am Tonfall des anderen erkennen, wie jener eine gerade geäußerte Aussage gemeint hat. Ohne Intonation ist so eine ironische Aussage kaum zu verstehen oder wird im ungünstigsten Fall sogar falsch verstanden. Gestik meint das Zeigen, Demonstrieren oder Betonen durch Gesten.

Fazit



Als Fazit ist an dieser Stelle zu sagen, dass auch die Virtualität nicht auf Höflichkeit verzichten kann.

Höflichkeit sorgt für ein Mindestmaß an Konventionalität, die die Richtlinien für das soziale Web festlegen. Jeder realen Gesellschaft ist eine gewisse Höflichkeit zu eigen. Selbstverständlich ist, wie bereits ausgeführt, medienbedingt eine komplette Übernahme der Höflichkeitsrituale, wie zum Beispiel das Händeschütteln, nicht möglich.

Dennoch suchen sich die Teilnehmer Ersatzrituale, die in ihrer Gesellschaft gelten sollen.



Fazit Netiquette

Eine der grundlegenden Netiquetteregeln - manche sagen die wichtigste - sagt:
"Vergiß nie, daß auf der anderen Seite ein Mensch sitzt."

Das Internet ist in dieser Sichtweise eine Gemeinschaft, die vermittelt Technik über alle Grenzen hinweg miteinander kommuniziert. Doch wo viele Menschen zusammenkommen, kann es leichter Schwierigkeiten geben. In einem Medium, das nur über schriftliche Sprache funktioniert und wenig Anhaltspunkte für soziale Einordnungen und Verhaltensrichtlinien gibt, sind Regeln für den Umgang miteinander unerlässlich. Im Laufe der Jahre hat sich im Netz eine Übereinkunft entwickelt, die den gesellschaftlichen Verkehr regelt.



Netiquette (Net-etiquette) faßt zusammen, was sich in den 20 Jahren computervermittelter Kommunikation für den Umgang als nützlich, praktikabel und notwendig herauskristallisiert hat.

Es geht dabei sowohl um die Interaktion der Menschen untereinander als auch um das ungehinderte Weiterfließen des "freien Flusses der Informationen" im Netz. Die Besonderheiten der technologisch vermittelten Kommunikation prägen das Verhalten online.

Im Netz kursierende Netiquetterichtlinien vermitteln dem 'unwissenden Neuling' auch die Ursprünge der Netzkultur und erzeugen so die Geschichtlichkeit und Tradition dieser jungen Gemeinschaft.



Knigge 10+2 Gebote

1. Wählen Sie Ihre **favorisierten Netzwerke** sorgsam aus

"Überlegen Sie kritisch, welche Netzwerke für Sie geeignet sind. Kriterien sind Kosten, Datenschutzbestimmungen, Popularität und Image des Netzwerks, Funktionen und Angebote sowie Ihr persönlicher Nutzen durch den Beitritt. Entscheidend ist, ob Sie die Plattform beruflich oder privat nutzen möchten. Vermeiden Sie eine Mischung aus beiden Bereichen und die Freigabe allzu vertraulicher Informationen."

2. Bleiben Sie **authentisch**

"Bauen Sie keine fiktive Identität auf. Nicht nur Freunde, auch potentielle Geschäftspartner und Arbeitgeber recherchieren im Internet. Ihre Glaubwürdigkeit und Reputation leiden, wenn das Gesamtbild nicht stimmig ist. Hilfreich ist es zum Beispiel, wenn Sie in allen Netzwerken das gleiche Foto verwenden.

Vermeiden Sie es außerdem, innerhalb eines Netzwerkes mit zwei Profilen zu agieren. Das stiftet Verwirrung."

3. Meiden Sie plumpe Vertraulichkeiten

"Überlegen Sie sich vorab, welche Kontakte Sie über welches Netzwerk pflegen möchten. Ihre Kunden sind nicht unbedingt Ihre 'Freunde' und empfinden diese Bezeichnung vielleicht als unpassend oder zu intim. Prüfen Sie außerdem Ihre individuellen Sicherheitseinstellungen sorgfältig. Manch ein Nutzer ist verwundert, dass seine Party- und Bikinifotos vom letzten Urlaub ungeschützt und für jeden zugänglich sind."



4. Lehnen Sie unerwünschte Anfragen ab

"Haben Sie keine Scheu davor, **unerwünschte Kontaktanfragen** abzulehnen. Eine taktvolle Rückmeldung, dass Sie nur persönlich bekannte Personen als Freunde bestätigen, vermeidet Missverständnisse und gehört zum guten Ton.

Vorsicht ist insbesondere vor jenen geboten, die virtuelle Kontakte wie Trophäen sammeln. Dies ist kein Zeichen von Qualität sondern eher für Oberflächlichkeit und Geltungssucht."



5. Belästigen Sie Ihre Kontakte nicht

"Belästigen Sie Ihre 'Freunde' nicht mit nervenden Spielen und Anwendungen. Wenn Sie Ihre Kommunikation nur auf spielerische Anfragen beschränken, werden Sie schnell ignoriert."

6. Bleiben Sie freundlich

"Wahren Sie die Formen der Höflichkeit. Auch wenn alle Netzwerk-Partner als „Freunde“ angezeigt werden, kommt ein unvermitteltes Duzen zwischen Geschäftspartnern nicht stilvoll an. Eine korrekte Anrede und ein höflicher Abschiedsgruß gehören bei Kontaktanfragen dazu und steigern Ihre Chancen, akzeptiert zu werden."

7. Reagieren Sie humorvoll

"Löschen Sie keine unbequemen Einträge von Ihrer Pinwand, denn Zensuren sind den meisten Menschen suspekt. Reagieren Sie humorvoll statt verbissen. Entscheidend ist nicht der Eintrag, sondern Ihre Reaktion."

8. Halten Sie den **Dialog lebendig**

"Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Nachrichten und kommunizieren Sie mindestens einmal pro Woche mit Ihren Netzwerk-Partnern. Nur wenn Sie direkt auf Einträge reagieren, bleibt der Dialog lebendig."



9. Behalten Sie den **Weitblick**

"Überlegen Sie vor jedem Eintrag, ob er auch später noch gut für Ihre Reputation ist. Das Internet vergisst nie. Stellen Sie sich die Frage: Möchte ich, dass meine Meldung auch in zwei Jahren gefunden und gelesen werden kann?"

Achten Sie auf Ihre 'innere Stimme' und löschen Sie lieber direkt impulsive Einträge, die Ihnen selbst oder anderen schaden könnten. Bedenken Sie, dass etliche Firmen die Netzwerk-Einträge potentieller Bewerber prüfen."

10. Schließen Sie Trolle aus

"Lassen Sie sich nicht von unangenehmen Zeitgenossen zu unüberlegten Reaktionen verleiten. Die sogenannten 'Trolle' sind nicht am eigentlichen Thema interessiert, sondern wollen nur Menschen in Misskredit bringen oder Diskussionen sabotieren. Blockieren Sie diese Personen in ihrer Kontaktliste."

1. Zusatzregel für das Geschäftsleben: **Geben Sie Empfehlungen**

"Nutzen Sie Ihr Netzwerk, um kurz über interessante Filme, Bücher oder Produkte zu schreiben. Wie im realen Leben dürfen Sie zwischendurch auch mal auf eigene Projekte hinweisen. Die Abwechslung ist entscheidend."

2. Zusatzregel für das Geschäftsleben: **Aufdringliche Werbung ist tabu**

"Belasten Sie 'Freundschaften' nicht mit aggressiver Werbung. Wenn Sie nur verkaufen wollen, werden Sie schnell ignoriert. Denken Sie langfristig und vermeiden Sie es, als 'nervender Nachbar' ausgegrenzt zu werden."



Anrede "du" oder "Sie"

Anrede im Netzwerk

Sie ist vor allem deshalb typisch deutsch, weil sich diese Frage im englischsprachigen Raum überhaupt nicht stellt. Und weil wir Deutschen uns um Höflichkeitsformen gern Gedanken machen. Die Zeiten, in denen sich selbst nahestehende Personen in der persönlichen Anrede siezen, sind längst vergangen

Die (Sprach)Kultur im Social Web kommt der des physischen Dialoges sehr nahe.



Anrede im Geschäftssinn

Durch die Interaktion von Unternehmen mit ihren (potenziellen) Kunden, Lieferanten, Partnern, Mitarbeitern, etc. stellt sich die Frage nach der Art der Anrede neu. Wenn Kunden früher (oder teilweise auch noch heute) Briefpost bekommen haben, wäre wohl schnell die Seriösität verlorengegangen, wenn in der Anrede statt "Sehr geehrte Frau Meier" plötzlich gestanden hätte "Grüß Dich, Sabine". Nun sind die Dialogkanäle des Social Web wohl nur hinkend mit Briefpost zu vergleichen. Und genau da liegt auch die sich ergebende Frage:

Duzen oder Siezen wir als Unternehmen im Kundenkontakt im Social Web?



Eine allgemeingültige Regel lässt sich dafür unmöglich aufstellen.

Ein paar **Empfehlungen** versuche ich dennoch zu geben:

- 1) Grundsätzlich auf der sicheren Seite sind Sie mit dem "Sie".
- 2) Sprechen Sie Ihre Kunden auf klassischen Kanälen mit "Du" an (was ja je nach Branche durchaus üblich sein kann), dann bleiben Sie sich treu und beim Du.
- 3) Wenn Sie sich absolut nicht sicher sind, welche Anredeform Sie wählen sollen, versuchen Sie, je nach Kanal zu unterscheiden: auf Facebook und Twitter wird es Ihnen kaum jemand übel nehmen, wenn Sie ihn duzen. Auf einem Unternehmensblog, der per se schon einen höheren Anspruch auf Contentqualität erhebt als ein Tweet, bietet sich eher das "sie" an.

- 4) Nutzen der "gespiegelte Anrede" titulierte Form der Anrede. Wenn Sie auf Nutzerkommentare antworten, nutzen Sie dieselbe Anredeform, in der Sie auch angesprochen wurden.
- 5) Verweisen Sie in Ihrer Netiquette darauf, wie Sie mit der Anrede in Ihrem Dialog verfahren.
- 6) Verübeln Sie keinem Nutzer die Art, in der er Sie anspricht.



Soziale Netze

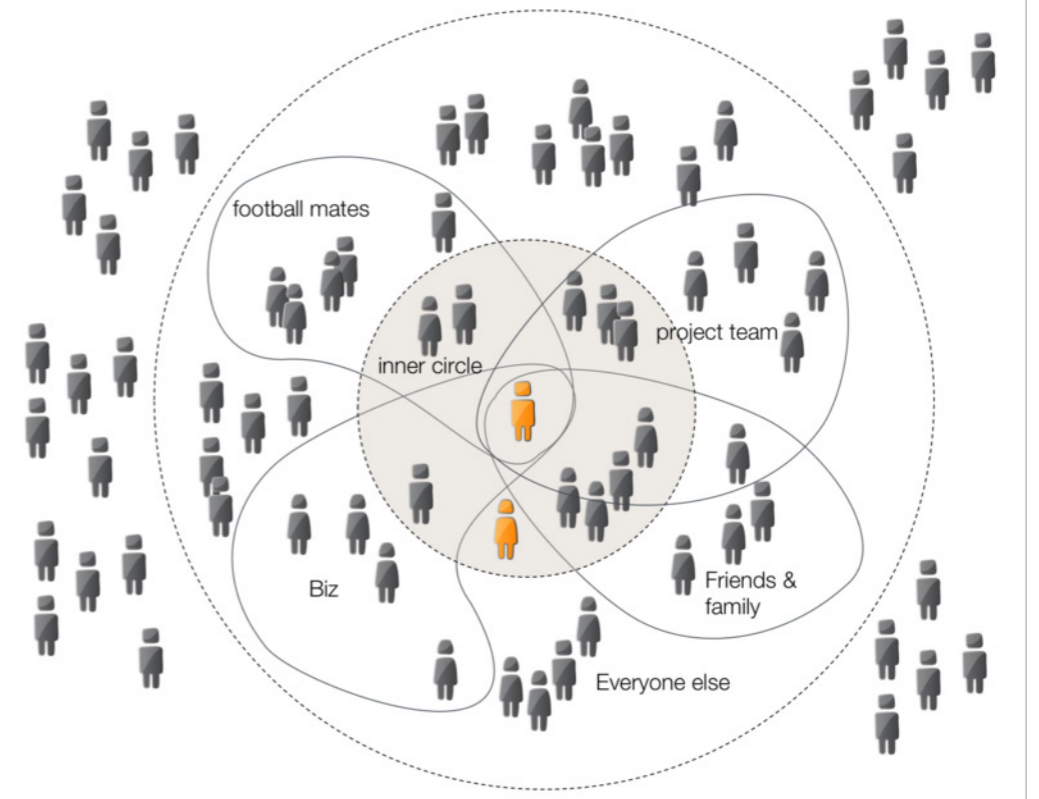
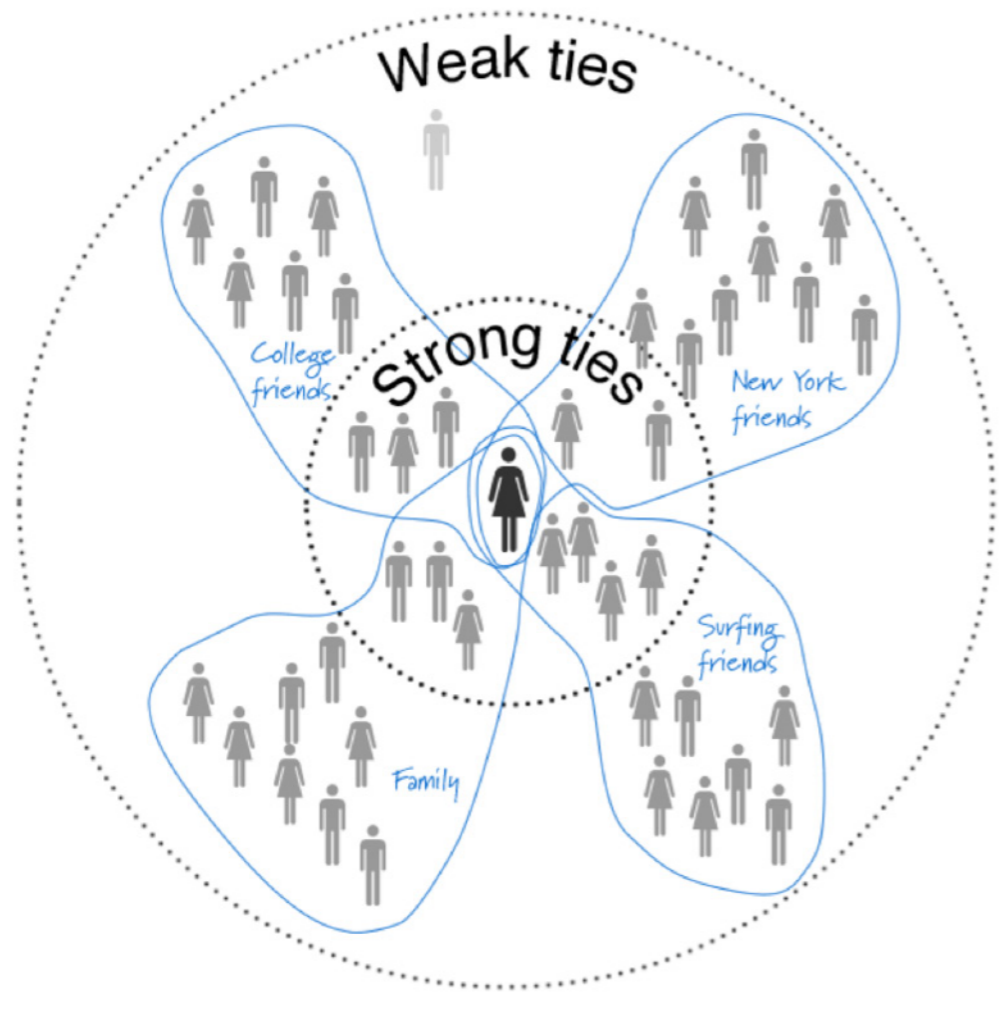
Charakteristisch für das Social Web sind die Beziehungen zwischen Menschen, die meist auf **gemeinsamen Interessen** basieren.

Hierarchien sind, soweit überhaupt auszumachen, flach. Wer einen sozialen Status erreichen will, tut dies nicht aufgrund eines Titels, sondern durch eine gute Vernetzung einerseits und seinen aktiven Beitrag zur Gemeinschaft. Wie funktioniert das? Im Social Web treffen wir immer mehr Bekannte aus unserem Alltag, über 800 Mio. Menschen weltweit sind inzwischen allein auf Facebook unterwegs.

Und wir entdecken noch viel mehr Menschen, die uns bisher nicht bekannt waren, mit denen uns aber gleiche Interessen verbinden.

7-Eck-Theorie

Kommt Ihnen diese Situation bekannt vor? In einem Gespräch stellen Sie fest, dass Sie "über sieben Ecken" mit der gleichen Person wie Ihr Gesprächspartner bekannt sind und staunen, „wie klein die Welt doch ist“. Und schon sind wir mitten drin, im "**Kleine Welt-Phänomen**" von Stanley Milgram der festgestellt hat, dass jeder Mensch auf der Welt mit jedem anderen über eine überraschend kurze Kette verbunden ist. Natürlich sind wir mit diesen Menschen nicht so stark verbunden wie mit unseren Freunden oder unserer Familie. "Strong ties", also starke Verbindungen, basieren auf einem gemeinsamen Erfahrungsschatz, emotionaler Bindung und gegenseitigem Vertrauen. Zu den Bekannten der Bekannten führt uns hingegen eine schwache Bindung. Der Soziologe Mark Granovetter stellte 1973 fest, dass gerade diese „weak ties“ für die Bildung von beruflich orientierten Netzwerken enorm wichtig sind, denn diese sind auf Informationsaustausch und ökonomische Chancen ausgerichtet.





Weak ties eröffnen neue Horizonte

Weak ties überbrücken soziale Distanzen, zudem eröffnen sie Menschen Zugang zu Informationen, die sie in ihren eigenen Kreisen nicht finden. Fremde, unvoreingenommene Menschen mit anderen Perspektiven bringen neue Informationen und Sichtweisen ins Spiel, die unter Umständen wichtige Puzzle-Steine zur Lösung eines Problems sind. Und genau das macht diese Netzwerke so mächtig. Im Social Web bauen wir solche lockeren Beziehungen mit zunächst schwachen Bindungen auf. Wir suchen also nicht in erster Linie „Freunde fürs Leben“. Wenn wir mit Menschen Kontakte knüpfen, dann tun wir das im Stil von: „Du kennst dich in einem Gebiet aus, das auch mich interessiert, lass uns eine Verbindung knüpfen und uns weiter unterhalten. Wer weiss, vielleicht wird mal was draus“.



Es sind auch diese schwachen Bindungen, die das gesellschaftliche Universum in ein **Global Village** verwandeln. Mit dem Social Web wird diese Welt noch kleiner. Im Alltag braucht es ein längeres Gespräch und den Zufall, dass dieses in die richtige Richtung und auf die entsprechende Person gelenkt wird.

Communities wie Xing, Facebook, LinkedIn usw. **sind genau darauf ausgelegt**, die Verbindungen unserer Kontakte schnell sichtbar zu machen. Dies sollten wir uns übrigens auch im Umkehrschluss bewusst sein. Wir legen im Social Web unsere Verbindungen für unsere Umwelt offen. Zudem schlagen alle Netzwerke weitere Onliner vor, die für uns aufgrund der von uns veröffentlichten Informationen von Interesse sein könnten.



BLOGS



Warum eigentlich ein eigener BLOG?

Vorteile:

- Möglichkeit der individuellen Gestaltung, (Corporate Design)
- Inhalte können ohne Konventionen der jeweiligen Plattform (z.B. Facebook/Twitter) veröffentlicht werden.
- durch eigenen Blog erhöht sich die Aufmerksamkeit und die Bedeutung der eigenen Person (Suchmaschinen-Optimierung)
- relevante Beiträge werden im Netz besser durch Suchmaschinen gefunden.
- Sicherheit das Inhalte auch Morgen nach da sind.
Bsp. facebook macht schluss - und dann?
- Distribution der Inhalte des eigenen Blogs durch soziale Kanäle





BLOG

Definition

Das Wort **Weblog**, besteht aus zwei Worten, nämlich aus Web und aus Log.

Das Wort Web, steht für das World Wide Web und das Log kommt von Logbuch und beschreibt eine journal-artig aufgeführte Aufzeichnung von Ereignissen.

Viele bezeichnen deshalb das Blog auch als **online Tagebuch**, dies wäre aber nicht der richtige Ausdruck, denn in einem Weblog, sind die Themen wesentlich umfangreicher und nicht immer so persönlich wie in einem Tagebuch.

Ein Blog wird immer in umgekehrter chronologischer Reihenfolge geordnet, das heißt, der Zuletzt geschriebene Beitrag befindet sich immer ganz oben.

Auf ältere Beiträge kann man durch das Datum und die Kategorie zugreifen, denn jeder Blog enthält ein Archiv, welches sämtliche Artikel nach Monaten und Jahren bewahrt.



BLOG

Definition

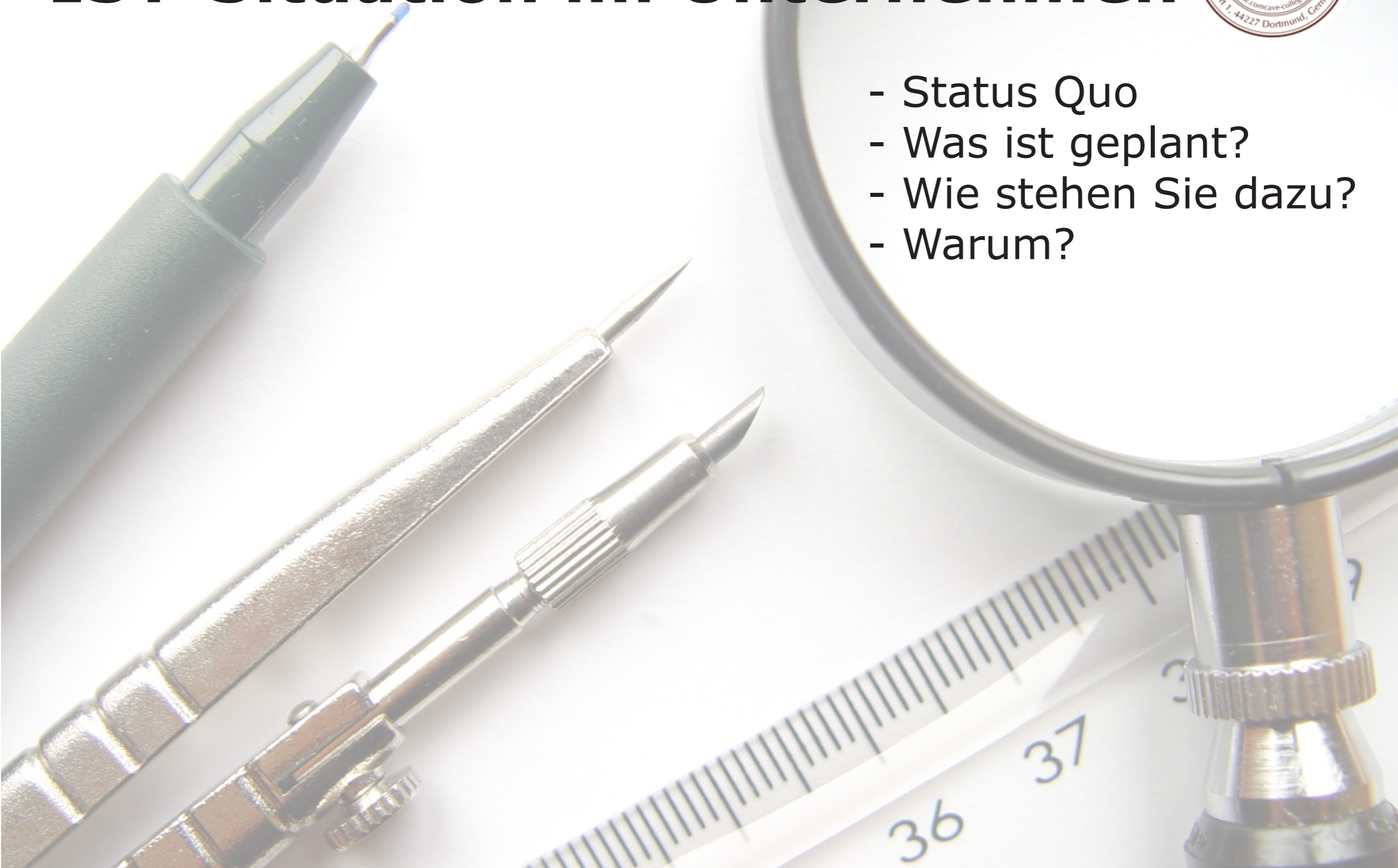
Blog ist die **Kurzform von Weblog** und die Menschen, die in einem Blog schreiben, bezeichnet man als Blogger. Alle Weblogs und Blogger bewegen sich in einem Raum, der sich Blogosphäre nennt.

Ein Blog dient vor allem zur **Weitergabe von Neuigkeiten** und dem **Austausch an Erfahrungen in regelmäßigen Zeitabständen**. Wird das Blog nicht regelmäßig beschrieben, gilt es in der Blogosphäre, als Karteileiche. Durch die Kommentarfunktion, die meist am Ende eines Blog erscheint, ist es jedem Internet Nutzer freigestellt, etwas zu einem Artikel zu schreiben, ein Feedback ab zu geben oder auch in Textform zu diskutieren was dem Austausch an Wissen und Ideen sehr dienen kann. Man kann in einem Blog, Web-Links sammeln und austauschen und eigene Arbeiten, Meinungen oder Artikel, nach bestem Ermessen, präsentieren.

IST-Situation im Unternehmen



- Status Quo
- Was ist geplant?
- Wie stehen Sie dazu?
- Warum?





- JOBBÖRSE & ANGEBOTE
- BEWERBUNG & INTERVIEW
- KNIGGE & DRESSCODE
- JOB & PSYCHOLOGIE
- SOCIAL MEDIA & WEBTOOLS
- REPUTATION & BRANDING
- STUDIUM & MBA



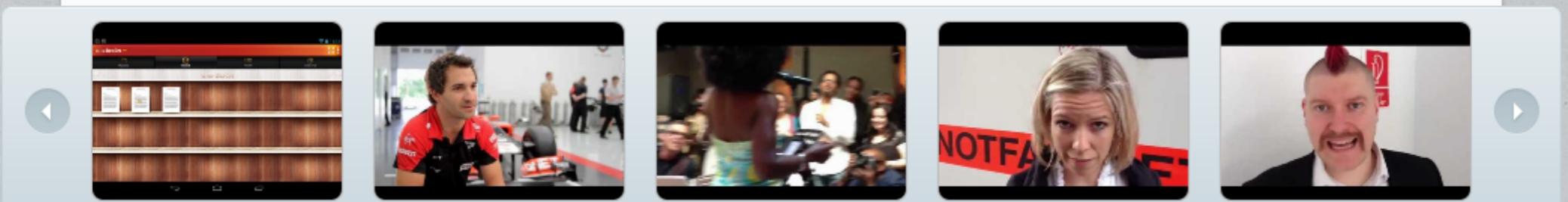
- ARCHIV
- LESESTOFF



Von Jochen Mai // 3 Kommentare

Bilder schießen – Keine Fotos für Pinterest? Dann nehmen Sie doch Shotpin

Ich selbst nutze [Pinterest](#) seit einiger Zeit und stelle mit wachsender Freude fest, dass sich auch dort eine kleine Community rund um die Karrierebibel gebildet hat, die unsere Beiträge pinnen oder repinnen. Traffic bringt das natürlich auch. Schließlich weist Pinterest aktuell [rund 23 Millionen Nutzer](#) aus. Doch genau da liegt ein Problem: Pinterest basiert vor allem auf Bildern. Wer nur Text publiziert, hat nix zu pinnen... Denkste! Denn für diesen Zweck gibt es ein hübsches Tool. [mehr](#) →



Yello Bloghaus.

Immer rein in die gelbe Stube...



Über uns

Aktion

Inside

Produkte

Service

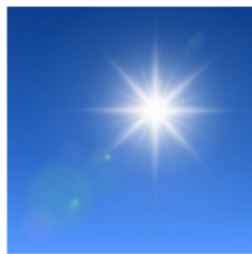
Home | Archiv | Kontakt | Yello Strom

Suche

OK

Service | Keine Kommentare

Umfrageergebnis: Mehr als 70 Prozent sparen im Sommer Strom.



Ein Gastbeitrag von Constanze Nieder.

Morgens vertreibt das zarte Sonnenlicht erst später die Nacht und abends wird es früher dunkel. Schade, der Sommer verabschiedet sich langsam, aber sicher. Das ist auch der Grund weswegen wir die Bloghaus-Umfrage „Sparen Sie im Sommer Strom?“ nun beendet haben. Aber natürlich möchten wir Ihnen, unseren Lesern, die Ergebnisse nicht vorenthalten:

Sparen Sie im Sommer Strom?“ nun beendet haben. Aber natürlich möchten wir Ihnen, unseren Lesern, die Ergebnisse nicht vorenthalten:

Im Sommer bleibt TV öfter aus.

Die große Mehrheit der Umfrage-Teilnehmer gab an, im Sommer Strom zu sparen. So ziehen 37,14 Prozent der Befragten die Geräte-Stecker von Computer, Waschmaschine, Kaffeeautomat & Co, wenn sie in den Urlaub fahren. Ebenso viele Bloghaus-Besucher klickten die Antwort „Ich schaue seltener TV und bin öfter draußen“ an. Auch hierdurch lässt sich der Stromverbrauch – zumindest ein wenig – reduzieren. → [weiterlesen](#)

Neu!

Weiteres aus Service

Heute ist Weltkindertag: Kinder brauchen Zeit.



Ein Gastbeitrag von Constanze Nieder.

Es ist gar nicht so einfach, Kinder mit ihren Freunden zu verabreden. Sport, Musikschule, Fremdsprachenunterricht ... die Terminpläne mancher Kids im Kindergarten- und Grundschulalter sind bereits proppevoll. → [weiterlesen](#)

Das Gelb des Monats: Mais – ein kraftvolles Korn.



Ein Gastbeitrag von Constanze Nieder.

Dass Gelb unsere Farbe ist, dürfte wohl jedem, der unsere Seite besucht oder Yello Kunde ist, sofort ins Auge springen. → [weiterlesen](#)

Wenn der Hunger ruft: Mikrowellenrezepte schnell zubereitet.



Ein Gastbeitrag von Constanze Nieder.



Das Stromduell: Die Yello Stromspar-Show mit Carlo und Judith.

Unser Team

METRO GENUSSBLOG

Leidenschaft
FÜR FISCH & FLEISCH



Home Themen Die Autoren Über den Blog Blog-Regeln

21 | Sep
2012



Schrumpelig, unscheinbar aber unendlich lecker: Trüffel

Sebastian Franz - Thema: Frisches

Jetzt im Herbst ist natürlich nicht nur die Zeit von Pfifferlingen, Kohl und Kürbissen gekommen, sondern auch die Trüffel haben nun saison. Trüffel sind knollenartige Pilze, die hauptsächlich in Südfrankreich und Norditalien vorkommen. Sie wachsen unterirdisch an Baumwurzeln, bevorzugt Eichen und Pappeln. Aufgespürt werden die Trüffel durch den feinen Geruchssinn von dafür abgerichteten Hunden und Schweinen.

Die italienischen Trüffeljäger graben jährlich ungefähr 100 Tonnen Trüffel aus - und von diesen beziehen wir hauptsächlich die Ware, die wir bei METRO verkaufen.



☰ ähnliche Artikel  Kommentieren



Suche



*Viel mehr als
ein Kaffeeklatsch...*

... immer aktuell informiert
mit dem METRO Newsletter!

jetzt kostenlos abonnieren



METRO NEWS

Neueste Artikel

Schrumpelig, unscheinbar aber
unendlich lecker: Trüffel

TEXAPORE – DIE WETTERSCHUTZ-TECHNOLOGIE ENTWICKELT FÜR ECHE AN ABGESTIMMT AUF IHRE BEERFAHREN SIE MEHR.

[AUFBAU](#) [HIGHLIGHTS](#) [BEISPIELE](#) [MATERIALIEN](#)

TEXAPORE
 Auf unserer neuen TEXAPORE-Seite erfährt Ihr alles zu unseren TEXAPORE-Materialien. TEXAPORE ist die von Jack Wolfskin eigens entwickelte Wetterschutz Technologie. Alle TEXAPORE-Materialien sind wasserdicht, atmungsaktiv und winddicht. [» MEHR](#)

WINTER-SPORT-SPONSORING FAIR WEAR FOUNDATION **TEXAPORE NATURSCHUTZPREIS**



UNTERWEGS IM NORDWESTEN AMERIKAS | TEIL 4: YELLOWSTONE UND TETON

Touren Team Reise Vancouver Colorado Olav Schmitt 0 Kommentare



22 SEP 2012 Zwar wäre es vermessen zu behaupten Nordamerika habe eine lange geschichtliche Kultur, aber ich empfand es als unglaublich interessant ein Land zu bereisen, welches durch unsere europäischen Vorfahren gerade einmal in den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts besiedelt worden ist.

[» MEHR](#)

WANDERN IM DIVIDALEN-NATIONALPARK | TEIL 2

Touren Team Touren Norwegen Wandern Sondre Beck Sletten 0 Kommentare



21 SEP 2012 In den vergangenen vier Tagen war ich im nördlichen Teil des Dividalen Nationalparks unterwegs. „Divi“

SPRACHE

KATEGORIEN

ARCHIV

TAGCLOUD

Texapore
 Alpen Reise
 Raleigh International
 Bekleidung Reportage
 Expedition wasserdicht Touren Produkte
 Rucksäcke Test Texapore Air
 schen Naturschutzpreis Wandern
 Jacken Team



Blageinrichtung Wordpress



Wordpress.COM

Was ist besser?



Vorteile

- kein Installationsaufwand
- WordPress-Software ist immer auf dem aktuellsten Stand
- einfache Einbindung von Bewertungen und Umfragen
- Einbindung von Widgets in die Sidebar
- hohe Verfügbarkeit durch mehrere Rechenzentren
- kostenlos

Nachteile

- keine eigene Domain*, nur Subdomain nach dem Schema meinblog.wordpress.de möglich.
- Speicherplatzbeschränkung auf 3 GB*
- kein Upload von MP3s und HD-Videos*
- Blog kann nur mit vorgegebenen Themes personalisiert werden
- CSS kann nur beschränkt angepasst werden*
- Werbeeinblendung*
- Anzahl privater Nutzer auf 35 begrenzt*
- keine Installation von Plugins möglich, z.B. für Formulare, SEO, Social Networks Integration, Galerien etc.
- kein eigenes Backup möglich

* Diese Beschränkung kann gegen eine Gebühr aufgehoben werden.

Es gibt kein besser oder schlechter, es gibt nur Unterschiede mit Vor- und Nachteilen.

Wordpress.ORG

Was ist besser?



Vorteile

- eigene Domain
- völlige Gestaltungsfreiheit durch eigene Themes
- Installation von Plugins
- keine Einschränkungen bei Größe, Dateiformaten, Anzahl Nutzern
- keine Werbeeinblendung
- Zugriff auf Dateien und Datenbank (z.B. für Backup)

Nachteile

- WordPress muss per FTP auf den Webservice geladen und installiert werden.
- WordPress- und Pluginupdates müssen selbst installiert werden.
- Backups müssen selbst erstellt werden.
- Es entstehen Kosten für Webhosting und Domainregistrierung.
- Grundkenntnisse in den Themen Webserver, PHP, MySQL, HTML, CSS sind empfehlenswert.

Es gibt kein besser oder schlechter, es gibt nur Unterschiede mit Vor- und Nachteilen.



Praxis:

Backend-

Wordpress



Marketing-Logbuch 3 + Neu Willkommen [Avatar] nultz

Dashboard WordPress 3.4.2 ist verfügbar! [Bitte aktualisiere jetzt](#) Optionen einblenden Hilfe

Home Aktualisierungen **3** Akismet-Statistiken

Artikel

Mediathek

Links

Seiten

Kommentare

Formular

Design

Plugins **2**

Benutzer

Werkzeuge

Einstellungen

Menü einklappen

Dashboard

Auf einen Blick

Inhalt	Diskussion
35 Artikel	405 Kommentare
4 Seiten	405 Genehmigte
10 Kategorien	0 Offen
54 Schlagwörter	0 Spam

Theme **Twenty Eleven** mit **9 Widgets**

Du nutzt **WordPress 3.4.1**. [Auf 3.4.2 aktualisieren](#)

Akismet hat deine Seite bereits vor 202 Spam-Kommentaren bewahrt. Zurzeit befindet sich nichts in der Spam-Warteschlange.

Letzte Kommentare

Social-twitter-rt bei [Rückblick und Einblick – Social Media Marketing Seminar vom 28.08.12](#) #

@IngeHannemann

RT @rutm: O -Ton (Hörprobe MP3) aus meinem #SocialMedia #Marketing Einführungsseminar (zu #Pinterest) <http://t.co/QzcvWMLwF>

Social-twitter bei [Rückblick und Einblick – Social Media Marketing Seminar vom 28.08.12](#) #

@rutm

QuickPress

Titel

Hochladen/Einfügen

Inhalt

Schlagwörter

[Speichern](#) [Verwerfen](#) [Veröffentlichen](#)

Aktuelle Entwürfe

Zurzeit gibt es keine Entwürfe.

WordPress-Blog

[Korrektur für Fehler in WordPress 3.4.2 im Bezug benutzerdef. Felder](#) 7. September 2012

In der aktuellen Version 3.4.2 hat sich leider ein Fehler im Bezug auf die benutzerdefinierten Felder eingeschlichen. Das kleine Plugin schafft Abhilfe, wer nicht auf die Folgeversion warten kann und damit arbeiten muss. Der Download ist bei github zu finden. Kopiert das Plugin in den Ordner `/wp-content/plugins` und aktiviert es über die Administrationsoberfl [...]

[WordPress 3.4.2 DE-Edition und Upgradepaket](#) 7. September 2012

WordPress 3.4.2 wurde veröffentlicht. Diese Version ist ein Sicherheits- und Wartungsrelease. Eine Aktualisierung auf die neue Version 3.4.2 wird dringend empfohlen. → [Download WordPress 3.4.2 DE-Edition](#) Die offizielle englischsprachige Version 3.4.2



Dashboard

- Home
- Aktualisierungen** 3
- Akismet-Statistiken
- Artikel
- Mediathek
- Links
- Seiten
- Kommentare
- Formular
- Design
- Plugins** 2
- Benutzer
- Werkzeuge
- Einstellungen
- Menü einklappen

WordPress-Aktualisierungen

Zuletzt geprüft am 25. September 2012 um 10:35. [Erneut prüfen](#)

Wichtig: Ehe du das Update durchführst, lege unbedingt eine Sicherheitskopie deiner Datenbank und der Dateien an! Eine Anleitung findest du im [offiziellen Codex \(engl.\)](#) und in den [WordPress Deutschland FAQ](#). Weitere Informationen zum Update von WordPress erhältst du auf der Seite [Updating WordPress \(engl.\)](#).

Es ist eine neue Version von WordPress verfügbar.

Du kannst automatisch auf [WordPress 3.4.2-de_DE](#) aktualisieren oder das Paket herunterladen und manuell installieren:

[Aktualisiere jetzt](#) [3.4.2-de_DE herunterladen](#) [Dieses Update ausblenden](#)

Du kannst automatisch auf [WordPress 3.4.2-en_US](#) aktualisieren oder das Paket herunterladen und manuell installieren:

[Aktualisiere jetzt](#) [3.4.2-en_US herunterladen](#)

Du bist dabei, WordPress 3.4.2 in englisch (US) zu installieren. Es kann sein, dass die Aktualisierung deine Installation beschädigt. Außerdem solltest du vielleicht warten, bis eine übersetzte Version erschienen ist.

Deine Website wird während des Aktualisierungsprozesses in einen Wartungsmodus geschaltet. Sobald die Aktualisierung abgeschlossen ist, kann die Website wieder normal genutzt werden.

Plugins

Für die folgenden Plugins sind neue Versionen verfügbar. Markiere diejenigen, die du aktualisieren möchtest und klicke auf "Plugins aktualisieren".

[Plugins aktualisieren](#)

Alle auswählen

All in One SEO Pack
Du hast Version 1.6.15 installiert. Aktualisiere auf Version 1.6.15.1. [Zeige Details von Version 1.6.15.1](#).
Kompatibilität mit WordPress 3.4.1: 100% (laut dem Autor)
Kompatibilität mit WordPress 3.4.2: unbekannt

Contact Form 7
Du hast Version 3.2.1 installiert. Aktualisiere auf Version 3.3. [Zeige Details von Version 3.3](#).
Kompatibilität mit WordPress 3.4.1: 100% (laut dem Autor)
Kompatibilität mit WordPress 3.4.2: unbekannt

Alle auswählen

[Plugins aktualisieren](#)

Plugins 2

Installierte Plugins

Installieren

Configuration

All in One SEO Pack

[Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Out-of-the-box SEO for your WordPress blog. [Options configuration panel](#) | [Upgrade to Pro Version](#)

Version 1.6.15 | Von [Michael Torbert](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Es ist eine neue Version von All in One SEO Pack verfügbar. [Siehe Versions 1.6.15.1 Details](#) oder [aktualisiere jetzt](#).

Contact Form 7

[Einstellungen](#) | [Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Nur ein weiteres Kontaktformular-Plugin. Einfach, aber flexibel.

Version 3.2.1 | Von [Takayuki Miyoshi](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Es ist eine neue Version von Contact Form 7 verfügbar. [Siehe Versions 3.3 Details](#) oder [aktualisiere jetzt](#).

Do Follow

[Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Removes the `evil nofollow` attribute that WordPress adds in comments.

Version 4.0 | Von [Denis de Bernardy](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Google XML Sitemaps

[Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

This plugin will generate a special XML sitemap which will help search engines like Google, Yahoo, Bing and Ask.com to better in

Version 3.2.8 | Von [Arne Brachhold](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#) | [Einstellungen](#) | [FAQ](#) | [Support](#) | [Spenden](#)

Hello Dolly

[Aktivieren](#) | [Editieren](#) | [Löschen](#)

Dies nicht nur ein Plugin, es symbolisiert die Hoffnung und den Enthusiasmus einer ganzen Generation zusammengefasst in z dem berühmten Louis Armstrong gesungen: Hello, Dolly. Nach Aktivierung werden im Zufallsprinzip aus dem Liedtext von "Hello" oben rechts im Administrationsbereich angezeigt.

Version 1.6 | Von [Matt Mullenweg](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Login LockDown

[Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Adds some extra security to WordPress by restricting the rate at which failed logins can be re-attempted from a given IP range through [Bad Neighborhood](#).

Version v1.5 | Von [Michael VanDeMar](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Plugin: Kontakt

[Aktivieren](#) | [Editieren](#) | [Löschen](#)

Kontaktformular mit frei definierbaren Feldern

Version 1.3.1 | Von [Adrian Preuß](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Social

[Settings](#) | [Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Broadcast newly published posts and pull in discussions using integrations with Twitter and Facebook. Brought to you by

Version 2.5 | Von [Crowd Favorite](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#)

Social Media Widget

[Deaktivieren](#) | [Editieren](#)

Adds links to all of your social media and sharing site profiles. Tons of icons come in 3 sizes, 4 icon styles, and 4 ar

Version 2.9.4 | Von [Brian Freytag](#)

Kompakte, begreifliche und datenschutzkonforme Statistik für WordPress.

Version 1.0 | Von [Sergej Müller](#) | [Besuch die Plugin-Seite](#) | [Weitere Plugins des Autors](#)



Artikel Erstellen

Alle (35) | Veröffentlichte (35)

Artikel duchsuchen

Aktion wählen

Übernehmen

Jedes Datum

Alle Kategorien

Auswahl einschränken

35 Elemente

« < 1 von 2 > »

<input type="checkbox"/>	Titel	Autor	Kategorien	Schlagwörter		Datum	SEO Title	SEO Keywords	SEO Description
<input type="checkbox"/>	Rückblick und Einblick – Social Media Marketing Seminar vom 28.08.12	Birgit Schultz	Marketing, Seminare, Social Media	Gründergenossenschaft, Marketing, Pinterest, Seminar, Social Media, Witten		29.08.2012 Veröffentlicht	Rückblick und Einblick - Social Media Marketing Seminar	Seminar, Social Media, Marketing, Twitter, Pinterest, Witten, Gründergenossenschaft	Rückblick und Ausblick auf die Social Media Marketing Seminare von Birgit Schultz im vierten Quartal 2012 bei der Gründergenossenschaft in Witten.
<input type="checkbox"/>	Neuer Phishing-Versuch täuscht Amazon.de Seite vor	Birgit Schultz	Allgemein	Amazon, Hacker, Phishing, Sicherheit		15.08.2012 Veröffentlicht	Neuer Phishing-Versuch täuscht Amazon-Seite vor	phishing, sicherheit, hacker, amazon	Ein neuer Phishing-Versuch täuscht eine Mitteilung und Seite von Amazon vor. Birgit Schultz erklärt, woran man erkennen kann, dass es keine Nachricht von Amazon ist.








- Dashboard
- Artikel
- Mediathek
- Links
- Seiten
- Kommentare**
- Formular
- Design
- Plugins 2
- Benutzer
- Werkzeuge
- Einstellungen
- Menü einklappen

WordPress 3.4.2 ist verfügbar! [Bitte aktualisiere jetzt](#) Optionen einblenden Hilfe

Kommentare

Alle | Unerledigt (0) | Genehmigte | Spam (0) | Papierkorb (0)

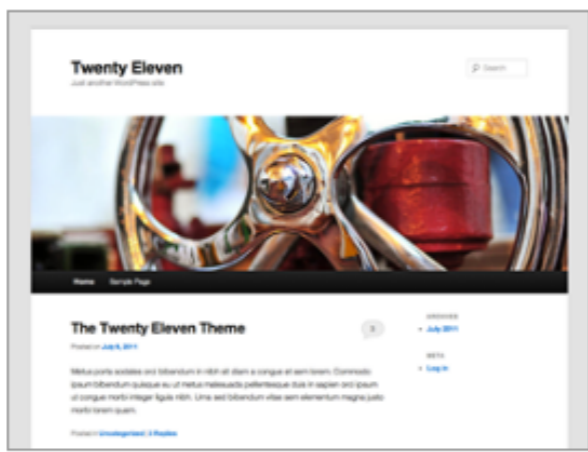
Aktion wählen Übernehmen Zeige alle Kommentararten Auswahl einschränken Auf Spam prüfen 405 Elemente 21 von 21

<input type="checkbox"/>	Autor	Kommentar	Als Antwort auf
<input type="checkbox"/>	 Sascha Albrink 1 Genehmigt sixclicks.de/ x s.albrink@sixclicks.de 95.222.52.237	Eingereicht am 12.03.2012 um 07:57 Hi, vielen Dank für die Positive Resonanz. Auch mir hat das Seminar viel Spaß gemacht. Ich wünsche Ihnen und Ihren Projekten weiterhin eine gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen und freue mich Sie in Aufbauseminar begrüßen zu dürfen. Wir bleiben in Kontakt. LG Sascha Albrink	Review: SEO Seminar 2 Artikel ansehen
<input type="checkbox"/>	 Rat & Tat Marketing 1 Genehmigt facebook.com/profile.php?id=9914342023 facebook.9914342023@example.com 82.165.68.211	Eingereicht am 10.03.2012 um 23:02 Rat & Tat Marketing http://facebook.com/profile.php?id=9914342023 liked this on Facebook.	Review: SEO Seminar 2 Artikel ansehen
<input type="checkbox"/>	 Birgit Schultz 1 Genehmigt Birgit.Schultz@gmail.com 88.78.92.54	Eingereicht am 10.03.2012 um 07:54 Als Antwort auf toushenne. Einfach in Google Play (ehemals Market) nach WordPress suchen!	Bloggen vom Smartphone 2 Artikel ansehen
<input type="checkbox"/>	 toushenne 11 Genehmigte twitter.com/toushenne twitter.239529181@example.com 82.165.68.211	Eingereicht am 09.03.2012 um 15:11 @rutm Wie heißt denn deine App für mobiles #Bloggen die du hier erwähnst? http://t.co/EsagzDhM	Bloggen vom Smartphone 2 Artikel ansehen
<input type="checkbox"/>	 AnnettePaul1 2 Genehmigte twitter.com/AnnettePaul1 twitter.401247561@example.com 82.165.68.211	Eingereicht am 07.03.2012 um 14:23 RT @rutm: 5 kurze Tipps für Twitter: Im Blog von ResumeBear ist ein kurzer Artikel erschienen, ... http://t.co/oC7p6nx1	5 kurze Tipps für Twitter 1 Artikel ansehen

WordPress 3.4.2 ist verfügbar! [Bitte aktualisiere jetzt.](#)

- Dashboard
- Artikel
- Mediathek
- Links
- Seiten
- Kommentare
- Formular
- Design**
- Themes
- Widgets
- Menüs
- Theme Options
- Kopfzeile
- Hintergrund
- Editor
- Plugins 2
- Benutzer
- Werkzeuge
- Einstellungen
- Menü einklappen

Themes verwalten Themes installieren



Aktuelles Theme
Twenty Eleven
 Von [the WordPress team](#) | Version 1.4

The 2011 theme for WordPress is sophisticated, lightweight, and adaptable. Make it yours with a custom menu, header image, and background — then go further with available theme options for light or dark color scheme, custom link colors, and three layout choices. Twenty Eleven comes equipped with a Showcase page template that transforms your front page into a showcase to show off your best content, widget support galore (sidebar, three footer areas, and a Showcase page widget area), and a custom "Ephemera" widget to display your Aside, Link, Quote, or Status posts. Included are styles for print and for the admin editor, support for featured images (as custom header images on posts and pages and as large images on featured "sticky" posts), and special styles for six different post formats.

[Anpassen](#) | OPTIONEN: [Widgets](#) | [Menüs](#) | [Theme Options](#) | [Kopfzeile](#) | [Hintergrund](#)

Verfügbare Themes



Twenty Ten
 Von the WordPress team

[Aktivieren](#) | [Live Vorschau](#) | [Details](#) | [Löschen](#)

Neues Feature: Customizer

Klicke Anpassen um die Kopfgrafik, den Hintergrund und Title sowie die Menüs des aktuellen Themes an einem Ort zu ändern.

Klicke auf den Link „Live Vorschau“ in der Liste der verfügbaren Themes, um das Theme noch vor der Aktivierung anzuschauen und gegebenenfalls anzupassen.

[Schließen](#)

Neuen Benutzer hinzufügen

Erstelle einen neuen Benutzer und füge ihn dieser Seite hinzu.

Benutzername *(erforderlich)*

E-Mail *(erforderlich)*

Vorname

Nachname

Website

Passwort *(doppelt, erforderlich)*

Passwortstärke

*Hinweis: Dein Passwort sollte
Kleinschreibung, Ziffern und*

Passwort senden?

Sende dieses Passwort per E-Mail an den neuen Benutzer.

Rolle

Abonnent ▼

- Abonnent
- Administrator
- Redakteur
- Autor
- Mitarbeiter

Neuen Benutzer hinzufügen



- Dashboard
- Home
- Aktualisierungen** 3
- Akismet-Statistiken
- Artikel
- Mediathek
- Links
- Seiten
- Kommentare
- Formular
- Design
- Plugins** 2
- Benutzer
- Werkzeuge
- Einstellungen
- Menü einklappen

WordPress-Aktualisierungen

Zuletzt geprüft am 25. September 2012 um 10:48. [Erneut prüfen](#)

Wichtig: Ehe du das Update durchführst, lege unbedingt eine Sicherheitskopie deiner Datenbank und der Dateien an! Eine Anleitung findest du im [offiziellen Codex \(engl.\)](#) und in den [WordPress Deutschland FAQ](#). Weitere Informationen zum Update von WordPress erhältst du auf der Seite [Updating WordPress \(engl.\)](#).

Es ist eine neue Version von WordPress verfügbar.

Du kannst automatisch auf [WordPress 3.4.2-de DE](#) aktualisieren oder das Paket herunterladen und manuell installieren:

[Aktualisiere jetzt](#) [3.4.2-de_DE herunterladen](#) [Dieses Update ausblenden](#)

Du kannst automatisch auf [WordPress 3.4.2-en US](#) aktualisieren oder das Paket herunterladen und manuell installieren:

[Aktualisiere jetzt](#) [3.4.2-en_US herunterladen](#)

Du bist dabei, WordPress 3.4.2 in englisch (US) zu installieren. Es kann sein, dass die Aktualisierung deine Installation beschädigt. Außerdem solltest du vielleicht warten, bis eine übersetzte Version erschienen ist.

Deine Website wird während des Aktualisierungsprozesses in einen Wartungsmodus geschaltet. Sobald die Aktualisierung abgeschlossen ist, kann die Website wieder normal genutzt werden.

Plugins

Für die folgenden Plugins sind neue Versionen verfügbar. Markiere diejenigen, die du aktualisieren möchtest und klicke auf "Plugins aktualisieren".

[Plugins aktualisieren](#)

- Alle auswählen
- All in One SEO Pack**
Du hast Version 1.6.15 installiert. Aktualisiere auf Version 1.6.15.1. [Zeige Details von Version 1.6.15.1](#).
Kompatibilität mit WordPress 3.4.1: 100% (laut dem Autor)
Kompatibilität mit WordPress 3.4.2: unbekannt
- Contact Form 7**
Du hast Version 3.2.1 installiert. Aktualisiere auf Version 3.2. [Zeige Details von Version 3.2](#)

[Dashboard](#)[Artikel](#)[Mediathek](#)[Links](#)[Seiten](#)[Kommentare](#)[Formular](#)[Design](#)[Plugins 2](#)[Benutzer](#)[Werkzeuge](#)[Einstellungen](#)[Menü einklappen](#)

Willkommen bei WordPress 3.4.2

Vielen Dank für das Aktualisieren auf die neuste Version! WordPress 3.4.2 macht deine Webseite besser, schneller und noch attraktiver, genau wie dich.

[Was gibt's Neues](#)[Mitwirkende](#)[Freiheiten](#)

Wartungs- und Sicherheitsupdates

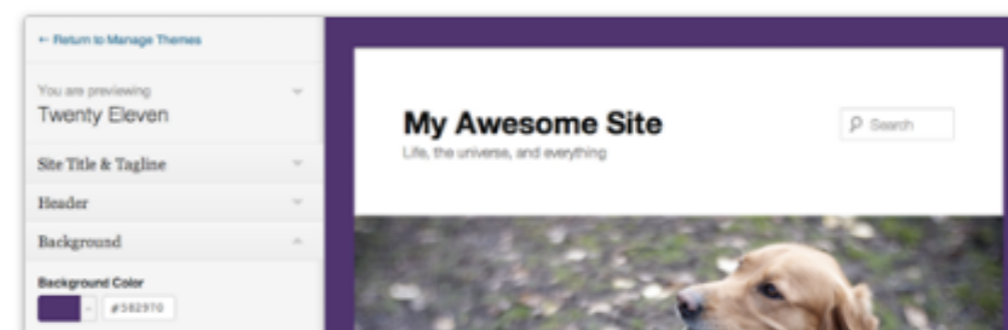
Version 3.4.2 behob Sicherheitslücken sowie 20 Fehler. Weitere Informationen findest du in den [Veröffentlichungsmittellungen](#).

Version 3.4.1 behob Sicherheitslücken sowie 21 Fehler. Weitere Informationen findest du in den [Veröffentlichungsmittellungen](#).

Live Theme Vorschau

Versuche auch mal neue Themes

Vorbei sind die Tage, dass du dich beeilen musstest Kopfzeilen und Hintergrund zu ändern, sobald das Theme aktiviert war. Nun kannst du schon die Einstellungen für die Themes treffen, **bevor** du das Theme aktivierst. Beachte: diese Feature ist nur für installierte Themes verfügbar.





 **Dashboard**

 **Artikel**

 **Mediathek**

 **Links**

 **Seiten**

 **Kommentare**

 **Formular**

 **Design**

 **Plugins** 2

Installierte Plugins

[Installieren](#)



Plugin aktualisieren

Runterladen der Aktualisierung von <http://downloads.wordpress.org/plugin/all-in-one-seo-pack.zip...>

Entpacken der aktualisierten Version...

Die aktuelle Version wird installiert...

Die alte Version des Plugins wird entfernt...

Plugin erfolgreich aktualisiert.

Das Plugin wurde erfolgreich reaktiviert.

Werner Deck - Opti-Maler-Partner® - malerdeck®



Der Opti-Maler® für Karlsruhe, Eggenstein und Umgebung

[Startseite](#)

[Über Werner Deck](#)

[Impressum](#) • [Kontakt](#)

September 2012

M	D	M	D	F	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
« Sep						

Kategorien

Allgemein (91)

Beratung und Gestaltung (3)

Der Bürokratie-Wahnsinn (9)

Franchise-Maler (18)

Kunden-Wertschätzung (25)

Kundeninformation (9)

Kundenreaktionen (132)

[Diesen Eintrag drucken](#)

Ab sofort startet mein neu gestalteter Blog

27.9.2011 von Werner Deck.

Liebe Blog-Leserinnen und Blog-Leser,

das ist der letzte Beitrag, den ich auf diesem Blog schreibe. Als ich mit dem Bloggen begann, nutzte ich einfach diesen Standard-Blog von meinem Provider. Das ging für mich damals am schnellsten und ich kam sofort sehr gut zurecht.

Der Nachteil war allerdings, dass ich das Layout nicht beeinflussen konnte. Es war und ist nicht möglich, ein Logo oder eine Grafik einzufügen. Das nahm ich am Anfang in Kauf.

Mit wachsender Leserzahl wurde ich immer öfter gefragt, warum der Blog nicht in meiner CI gestaltet sei. Deshalb entschloss ich mich vor ein paar Wochen, diesen Teil in Angriff zu nehmen und endlich ein ansprechendes Blog-Layout zu haben.

Darf ich vorstellen, das neue Layout:

Blog von malerdeck® Opti-Maler-Partner®
 Werner Deck bloggt Live-Infos aus einem spannenden Unternehmertag

malerdeck, der Malerbetrieb, den Sie sich immer erträumt haben!
 – Spezialisiert auf die 60plus-Generation –
 Ihr Opti-Maler® für Karlsruhe, Eggenstein und Umgebung

Buchtipps Wordpress

Alexander Hetzel,

WordPress 3:

Das umfassende Handbuch (Galileo Computing)

ISBN: 978-3836219433

2. Auflage erschienen am 28.09.2012!

29,90 €

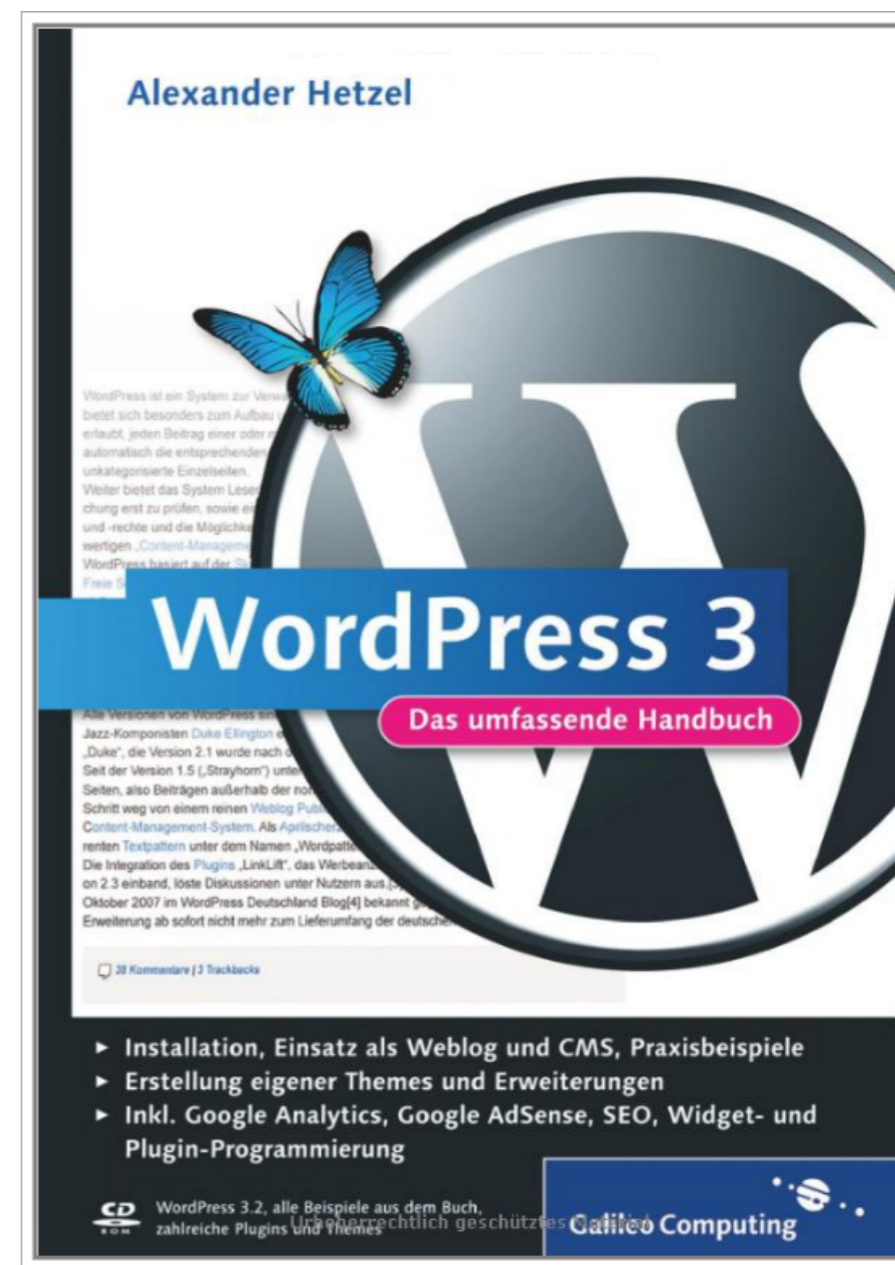
oder auch:

- t3n-Artikel

(<http://t3n.de/news/wordpress-170-aktuelle-quellen-376969/>)

- Tutorials

(<http://www.elmastudio.de/wordpress/fur-wordpress-newbies-eine-selbst-gehostete-wordpress-webseite-einrichten-so-funktioniert/>)





Praxis:

FTP &

MySQL



Start

Globale PHP-Version

PHP-Version

Abbrechen

Speichern



Start

Vertragsnummer: Kundennummer:

MySQL-Datenbank

Bitte beachten Sie:

Über **Verwalten** haben Sie vollen Zugriff auf Ihre MySQL-Datenbanken. Änderungen darüber können nicht rückgängig gemacht werden! Das Löschen von Beiträgen, Kommentaren etc. in Foren (z.B. phpBB), Gästebüchern oder ähnlichen Anwendungen sollte in jedem Fall über die jeweilige Administrationsoberfläche durchgeführt werden.

Haben Sie Ihr Passwort vergessen? Kein Problem. Klicken Sie einfach auf **Bearbeiten** und vergeben Sie ein neues Passwort, das Ihnen in wenigen Minuten zur Verfügung steht.

MySQL-Datenbanken:

2 von 2 angelegt

Datenbankname	Benutzername	Hostname	Beschreibung	Version	Status	Speicherplatz	
db4020902781	db4020902781	db4020902781.db.1and1.com	cmsms	MySQL5.0	Fertig	1023.65 MB von 1024 MB frei	<input type="button" value="phpMyAdmin"/> <input type="button" value="Bearbeiten"/> <input type="button" value="Löschen"/>
db418246800	db418246800	db418246800.db.1and1.com	wordpress	MySQL5.0	Fertig	1021.35 MB von 1024 MB frei	<input type="button" value="phpMyAdmin"/> <input type="button" value="Bearbeiten"/> <input type="button" value="Löschen"/>

Bitte benutzen Sie die MySQL-Datenbank nicht für Anwendungen, welche die Datenbank stark belasten (z.B. Logauswerteverfahren, Add-Clicks, Chatsysteme, Bannerrotations oder Ähnliches). Bei zu starker Beanspruchung unserer Datenbankrechner sehen wir uns gezwungen, unsere Datenbank-Dienste zukünftig einzuschränken.



FileZilla

Datei Bearbeiten Ansicht Transfer Server Lesezeichen Hilfe

Server: Benutzername: Passwort: Port: **Verbinden**

Lokal: J:\Kunden\L\Liberski - Continentale\Landingpage\ Server:

Desktop
Eigene Dateien
Arbeitsplatz
A:
C: (System)
E: (E-Mail)
F: (HP v165w)
G: (Grafik)
H: (Daten)
J: (RUTM)
.syncless

Dateiname	Dateigröße	Dateityp	Zuletzt geändert	Berechtigungen
..				
Entwurf		Dateiordner		28
continentale-logo-170.jpg	31.614	JPEG-Bild		28
foto.jpg	24.048	JPEG-Bild		28
guetesiegel.jpg	19.790	JPEG-Bild		28
kopf.jpg	25.600	JPEG-Bild		28
landstyle.css	4.610	Notepad++ Do...		28
telefonnummer.jpg	8.123	JPEG-Bild		18
unisex-tarife-liberski.html	5.759	Firefox HTML D...		18

Derzeit mit keinem Server verbunden

7 Dateien und 1 Verzeichnis. Gesamtgröße: 119.544 Bytes

Nicht verbunden.

Server/Lokale Datei	Richtung	Datei auf Server	Größe	Priorität	Status
---------------------	----------	------------------	-------	-----------	--------

Zu übertragende Dateien Fehlgeschlagene Übertragungen Erfolgreiche Übertragungen

Warteschlange: leer



FileZilla

Datei Bearbeiten Ansicht Transfer Server Lesezeichen Hilfe

ne: Passwort: Port: **Verbinden**

Server:

Dateiname	Dateigröße	Dateityp	Zuletzt geändert	Berechtigungen
Derzeit mit keinem Server verbunden				

Derzeit mit keinem Server verbunden

Dateigröße	Dateityp	Zuletzt geändert
	Dateiordner	26.08.2011
31.614	JPEG-Bild	26.08.2011
24.048	JPEG-Bild	26.08.2011
19.790	JPEG-Bild	26.08.2011
25.600	JPEG-Bild	26.08.2011
4.610	Notepad++ Do...	26.08.2011
8.123	JPEG-Bild	13.08.2011
5.759	Firefox HTML D...	13.08.2011

9,544 Bytes

Nicht verbunden.

Richtung Datei auf Server Größe Priorität Status

Zu übertragende Dateien Fehlgeschlagene Übertragungen Erfolgreiche Übertragungen

Warteschlange: leer



Wurzelverzeichnis - @www.rat-und-tat-marketing.de - FileZilla

Datei Bearbeiten Ansicht Transfer Server Lesezeichen Hilfe

Server: Benutzername: Passwort: Port:

Antwort: 200 Type set to I
Befehl: PASV
Antwort: 227 Entering Passive Mode (82,165,68,211,236,82).
Befehl: MLSD
Antwort: 150 Opening ASCII mode data connection for MLSD
Antwort: 226 Transfer complete
Status: Anzeigen des Verzeichnisinhalts abgeschlossen

Lokal: J:\Kunden\L\Liberski - Continentale\Landingpage\ Server: /

Desktop
Eigene Dateien
Arbeitsplatz
A:
C: (System)
E: (E-Mail)
F: (HP v165w)
G: (Grafik)
H: (Daten)
J: (RUTM)
.syncless

Dateiname /	Dateigröße	Dateityp	Zuletzt geändert	Bere
..				
audio		Dateiordner	04.03.2011 16:28:09	filedm
augenoptik-berner		Dateiordner	21.06.2012 17:21:48	filedm
augenoptik-berner-alternative		Dateiordner	13.07.2012 17:09:06	filedm
cmsms		Dateiordner	12.02.2012 15:44:42	filedm
grafik		Dateiordner	04.03.2012 20:44:00	filedm
liberski		Dateiordner	28.10.2012 18:06:42	filedm
logbuch		Dateiordner	16.10.2012 14:14:23	filedm
logs		Dateiordner	14.11.2012 00:22:02	file (0
mysql-dumper		Dateiordner	08.03.2012 16:57:48	filedm
pdf		Dateiordner	18.10.2011 16:49:24	filedm
rat-und-tat-info		Dateiordner	29.04.2011 12:34:20	filedm
ratundtat-marketing-de		Dateiordner	29.04.2011 12:34:33	filedm
styles		Dateiordner	08.09.2009 19:02:25	filedm
aktuell.html	6.169	Firefox HT...	03.05.2012 11:02:35	adfrw
danke.html	3.162	Firefox HT	26.10.2009 13:49:28	adfrw

7 Dateien und 1 Verzeichnis. Gesamtgröße: 119.544 Bytes

32 Dateien und 13 Verzeichnisse. Gesamtgröße: 157.237 Bytes

Server/Lokale Datei	Richtung	Datei auf Server	Größe	Priorität	Status
---------------------	----------	------------------	-------	-----------	--------

Zu übertragende Dateien Fehlgeschlagene Übertragungen Erfolgreiche Übertragungen

Warteschlange: leer



Wurzelverzeichnis - [redacted]@www.rat-und-tat-marketing.de - FileZilla

Server: Benutzername: Passwort: Port:

Antwort: 257 "/logbuch" is the current directory
Befehl: PASV
Antwort: 227 Entering Passive Mode (82,165,68,211,229,189).
Befehl: MLSD
Antwort: 150 Opening ASCII mode data connection for MLSD
Antwort: 226 Transfer complete
Status: Anzeigen des Verzeichnisinhalts abgeschlossen

Lokal: J:\Kunden\L\Liberski - Continentale\Landingpage\ Server: /logbuch

Desktop
Eigene Dateien
Arbeitsplatz
A:
C: (System)
E: (E-Mail)
F: (HP v165w)
G: (Grafik)
H: (Daten)
J: (RUTM)
.syncless

Server: /logbuch

- augenoptik-berner
- augenoptik-berner-alternative
- cmsms
- grafik
- liberski
- logbuch**
- loas

Dateiname	Dateigröße	Dateityp	Zuletzt geändert	Bere...
..				
wp-admin		Dateiordner	14.06.2012 09:28:44	flcdm
wp-content		Dateiordner	09.11.2012 14:14:16	flcdm
wp-includes		Dateiordner	14.06.2012 09:28:44	flcdm
.htaccess	252	HTACCESS-...	25.09.2012 20:38:47	adfrw
index.php	395	Notepad+...	25.09.2012 10:50:22	adfrw
license.txt	19.929	Notepad+...	25.09.2012 10:50:22	adfrw
liesmich.html	10.197	Firefox HT...	25.09.2012 10:50:21	adfrw
readme.html	9.177	Firefox HT...	25.09.2012 10:50:21	adfrw
sitemap.xml	11.449	XML-Dokum...	13.11.2012 09:59:28	adfrw
sitemap.xml.gz	1.923	gz Archive	13.11.2012 09:59:28	adfrw
wp-activate.php	4.264	Notepad+...	25.09.2012 10:50:22	adfrw
wp-app.php	1.354	Notepad+...	25.09.2012 10:50:21	adfrw
wp-blog-header.php	271	Notepad+...	25.09.2012 10:50:22	adfrw
wp-comments-post.php	3.522	Notepad+...	25.09.2012 10:50:22	adfrw
wp-config-sample.php	3.664	Notepad+	25.09.2012 10:50:21	adfrw

7 Dateien und 1 Verzeichnis. Gesamtgröße: 119.544 Bytes

24 Dateien und 3 Verzeichnisse. Gesamtgröße: 149.733 Bytes

Server/Lokale Datei	Richtung	Datei auf Server	Größe	Priorität	Status
---------------------	----------	------------------	-------	-----------	--------

Zu übertragende Dateien | Fehlgeschlagene Übertragungen | Erfolgreiche Übertragungen

Warteschlange: leer

Servermanager

Eintrag auswählen:

- Julia
- Kamke - praxismarketing
- Korfage
- Kortmann
- Liberski
- Lichtburg-Praxis
- Limbach
- Naudiet Promotion
- Pflanzenpflege-Lau
- Rat und Tat Marketing
 - localhost
 - rat-und-tat.info
 - Wurzelverzeichnis
- Rat und Tat Unternehmer-Betreuung
- RundP
- Spiesterbach
- Team Liebscher
- Unternehmerinnenforum
- Wendzinski
 - borkumer-sonne.de
- Werbekonzepte-Weber
- Wilinski & Hill

Buttons: Neuer Server, Neues Verzeichnis, Neues Lesezeichen, Umbenennen, Löschen, Kopieren

Buttons: Verbinden, OK, Abbrechen

Server: Port:

Protokoll:

Verschlüsselung:

Verbindungsart:

Benutzer:

Passwort:

Konto:

Kommentare:



Monitoring:

Google

Analytics

Webmaster

Tools

Echtzeit BETA

Radar-Ereignisse

Dashboards

+ Neues Dashboard

Verknüpfungen BETA

Hilfe

Informationen über Dashboards

Dashboards erstellen, bearbeiten oder löschen

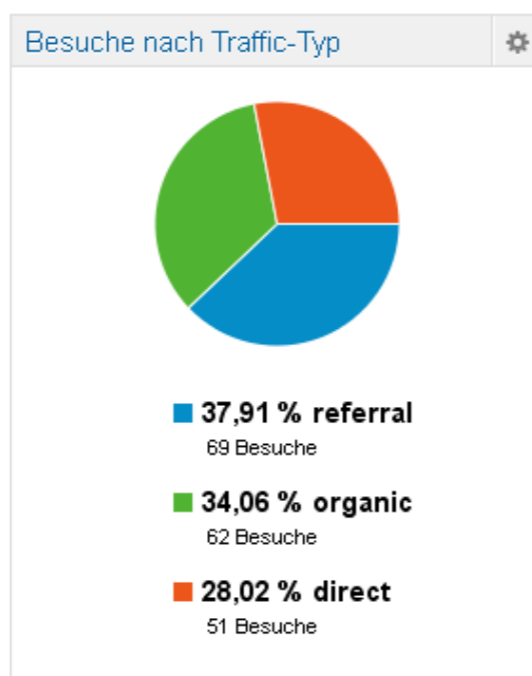
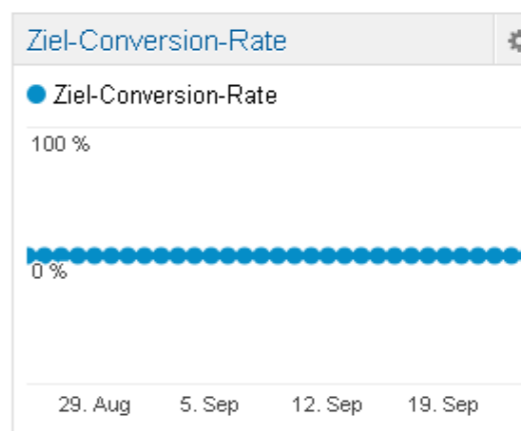
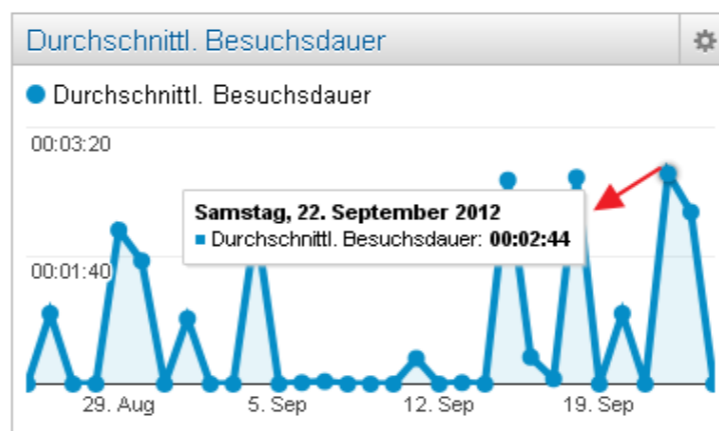
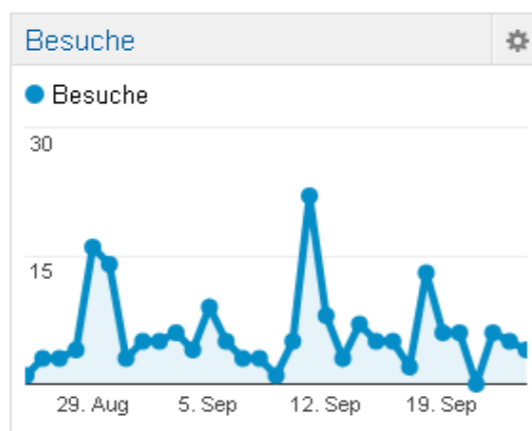
Bericht zum Dashboard hinzufügen

AdWords-Hilfe

In Hilfe suchen

Mein Dashboard 25.08.2012 - 24.09.2012

+ Widget hinzufügen | E-Mail | Export

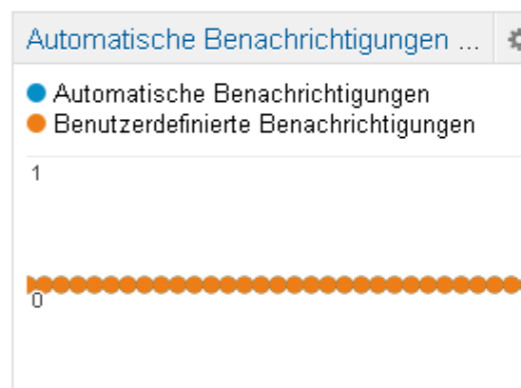


Besuche und Durchschnittl. Besuchsdauer nach L...

Land/Gebiet	Besuche	Durchschnittl. Besuchsdauer
Germany	142	00:01:03
United States	19	00:00:00
Switzerland	8	00:00:04
Austria	7	00:00:24
Lithuania	1	00:00:00
Netherlands	1	00:01:21
Poland	1	00:07:05
Thailand	1	00:00:00

Abschlüsse für Ziel und Ziel-Conver...

Quelle	Abschlüsse für Ziel	Ziel-Conversion
Für diese Ansicht sind keine Daten vorhanden.		





Besucherübersicht

25.08.2012 - 24.09.2012

Erweiterte Segmente | E-Mail | Export ▾ | Zum Dashboard hinzufügen | Verknüpfung BETA

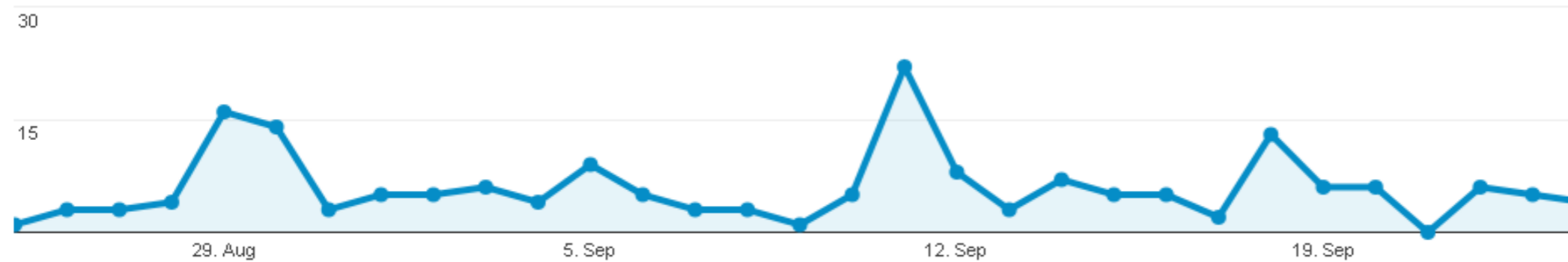
● % von besuche: 100,00 %

Übersicht

Besuche ▾ im Vergleich zu [Messwert auswählen](#)

Stündlich | **Tag** | Woche | Monat

● Besuche



157 Personen haben diese Website besucht.

Besuche: **182**

Eindeutige Besucher: **157**

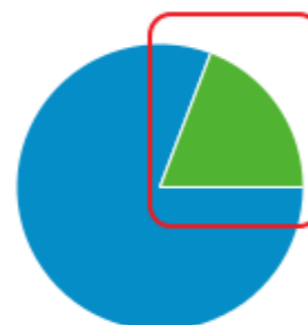
Seitenaufrufe: **291**

Seiten/Besuch: **1,60**

Durchschnittl. Besuchsdauer: **00:00:53**

Absprungrate: **73,08 %**

% Neue Besuche: **80,77 %**



■ **80,77 % New Visitor**

147 Besuche

■ **19,23 % Returning Visitor**

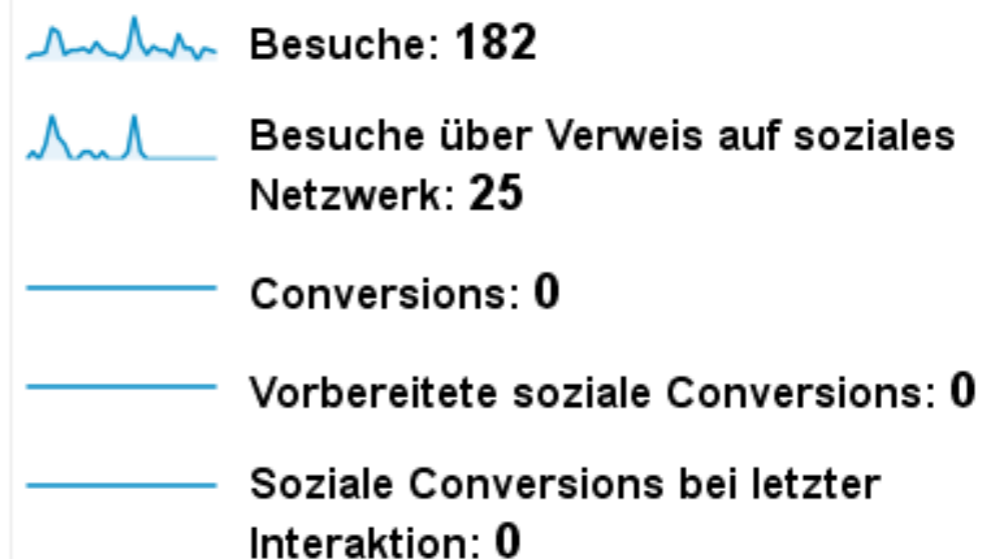
35 Besuche

Besucherfluss

Segment auswählen ▾ Detailsbene ▾ Export ▾



Wert sozialer Kanäle



Quellen der sozialen Interaktion

Soziales Netzwerk ▶

Seiten

[Geteilte URL](#)

Plug-ins für soziale Netzwerke

[Soziale Quelle](#)

Soziales Netzwerk

	Soziales Netzwerk	Besuche	% Besuche
1.	Twitter	18	72,00 %
2.	Facebook	4	16,00 %
3.	Google+ 	1	4,00 %
4.	HootSuite	1	4,00 %
5.	paper.li	1	4,00 %

[Vollständigen Bericht anzeigen](#)

Dashboard

Nachrichten

▸ Konfiguration

▸ Status

▾ Zugriffe

Suchanfragen

Links zu Ihrer Website

Interne Links

▸ +1-Berichte

▸ Optimierung

▸ Google Labs

Hilfe zu:

[Warum stimmen die Daten von Webmaster-Tools nicht mit denen anderer Produkte überein?](#)

[Herstellen einer Verknüpfung mit Google Analytics](#)

[Suchanfragen](#)

[Informationen zu Statistiken und Daten](#)

[Hilfe](#)

In Hilfe suchen

Suchanfragen

Häufigste Suchanfragen

Die häufigsten Seiten

Filter

26.08.2012

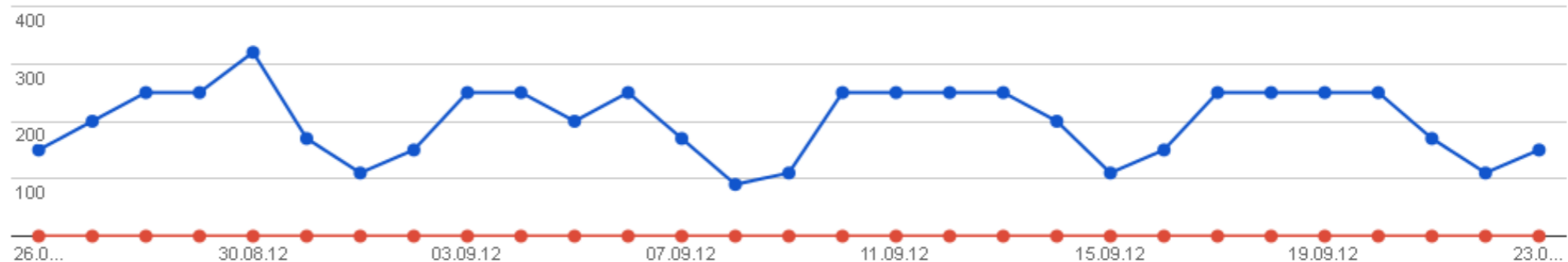
bis

25.09.2012

Suchanfragen
166

Impressionen
5.500 ↑ 22 %
3.500 werden angezeigt

Klicks
110 ↓ -27 %
30 werden angezeigt



Diese Tabelle herunterladen

Diagrammdateien herunterladen

Einfach

Mit Änderung

Anzeigen

25 Zeilen

1 - 25 von 166

Navigation arrows

Suchanfrage	Impressionen ▲ Ändern	Klicks	Ändern	CTR	Ändern	Durchschn. Pos.	Ändern
☆ flyer	1.600 ↑ 129 %	<10	↑ ∞	-		200	↑ 100
☆ flyer gestalten	250 ↑ 25 %	<10	↑ ∞	-		130	↑ 20
☆ marketing tipps	110 ↑ 57 %	16	↑ ∞	15 %	↑ 10	4,6	↑ 0,5
☆ rat und tat	110 ↑ 83 %	<10	↑ ∞	-		30	↓ -10
☆ flyer erstellen	110 ↑ 57 %	<10	↑ ∞	-		110	↑ 30

BLOG-Formen

- Textblog
- Fotoblog
- Moblog
 - setzt sich aus den Wörtern mobile und Blog zusammen und übermittelt Inhalte durch mobile Kommunikationsmittel.
- Audioblog
- Vlog
 - enthält fast ausschließlich Videobeiträge
- Linkblog
 - ein Weblog, das nur Links enthält, die nur selten kommentiert werden

BLOG-Gattungen

- eine Möglichkeit der Kategorisierung

- Artblogs
- Edublogs
- Funblogs
- Joblogs
- Krimiblogs
- Litblogs
- Metablogs
- Tumblelogs
- Warblogs
- Watchblogs
- Knowledge-Blogs
- Projekte-Blogs
- Wissenschafts-Blogs



BLOG-Gattungen

Knowledge-Blog

Wird in der Regel unternehmensintern übers Intranet geführt und dient Mitarbeitern zum Informationsaustausch, zur Wissens-weitergabe oder -vermittlung. Diese Form kann vor allem in kleinen Unternehmen den klassischen E-Mail-Verteiler und komplizierte Wikis ersetzen.

Produkt-Blog

Unterstützt die Imagebildung einer Marke oder eines Produktes und ist am ehesten mit der klassischen Werbung vergleichbar. Es ist vor allem für unbekanntere Unternehmen mit innovativen Produkten interessant, um ins Gespräch zu kommen. Sie können damit aber auch bestehende Kundenkontakte verbessern, neue Kunden durch Mundpropaganda gewinnen oder das Produkt mithilfe der Leser weiter verbessern.

BLOG-Gattungen

Service-Blog

Das Konzept: zusätzlicher Kundenservice durch aktualisierte Produktinformationen sowie mehr Hintergründe dazu. Hierbei liegt der Fokus noch stärker auf dem Produkt als auf dem Image. Das Blog bietet Kunden aber auch die Chance, zu reklamieren und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Kampagnen-Blog

Zeitlich begrenztes Blog, das in Projektform Werbekampagnen begleitet. Es kann im Vorfeld Aufmerksamkeit schaffen oder Teil laufender Kampagnen sein. Zudem bietet es Gelegenheit zur dramaturgischen Gestaltung,

Motto: „Noch zehn Tage – dann beginnt hier ein neues Zeitalter!“



BLOG-Gattungen

Projekt-Blog

Dient dazu Projektarbeiten zu begleiten und den Fortschritt zu dokumentieren. Damit schafft es zugleich Grundlagen für künftige Projekte. Idealerweise entsteht das (interne) Blog zusammen mit Lieferanten und Geschäftspartnern („Collaboration Blog“).

Die müssen nicht zwangsläufig mitbloggen – kommentieren reicht oft schon.

Themen-Blog

Bietet den Unternehmen die Gelegenheit, Kompetenz über ihre Produkte hinaus zu beweisen. Ein Pharmahersteller könnte so beispielsweise über Gesundheitsthemen bloggen (ohne gleichzeitig für seine Pillen zu werben!). Der Typ eignet sich aber auch für kleinere Betriebe und Beratungsunternehmen zur Profilierung.



BLOG-Gattungen

Beziehungs-Blog

Schafft durch subjektive Beiträge aus der Mitarbeiterperspektive Nähe zum Kunden. Themen können Trends, Produkte, Neuigkeiten und Reaktionen auf Kundenwünsche sein. Diese Customer-Relationship-Blogs erzeugen im günstigsten Fall ein Gemeinschaftsgefühl und damit Vertrauen beim Kunden.

Meeting-Blog

Kann das klassische Protokoll nach Treffen und Meetings ersetzen
– insbesondere, wenn die Meetingergebnisse so auch für abwesende Mitarbeiter transparent werden. Je nach Meetinginhalt, können das Blog oder auch einzelne Artikel passwortgeschützt werden.

BLOG-Gattungen



Krisen-Blog

Bisher selten erprobter Prototyp eines Corporate Blogs. Es ist kurzfristig aktivierbar und dient dann als Instrument des Krisenmanagements, ermöglicht Gegendarstellungen und Dialoge mit Betroffenen, Kunden und der Öffentlichkeit. Verstehen Sie das aber nicht als Ad-hoc-Blog! Eine detaillierte Vorbereitung und professionelle Führung ist dabei unbedingt erforderlich.

Corporate Blogs

Lesenswerte Artikel:

Corporate Blogs

– das Comeback des Jahres

<http://t3n.de/news/corporate-blogs-comeback-jahres-352930/>

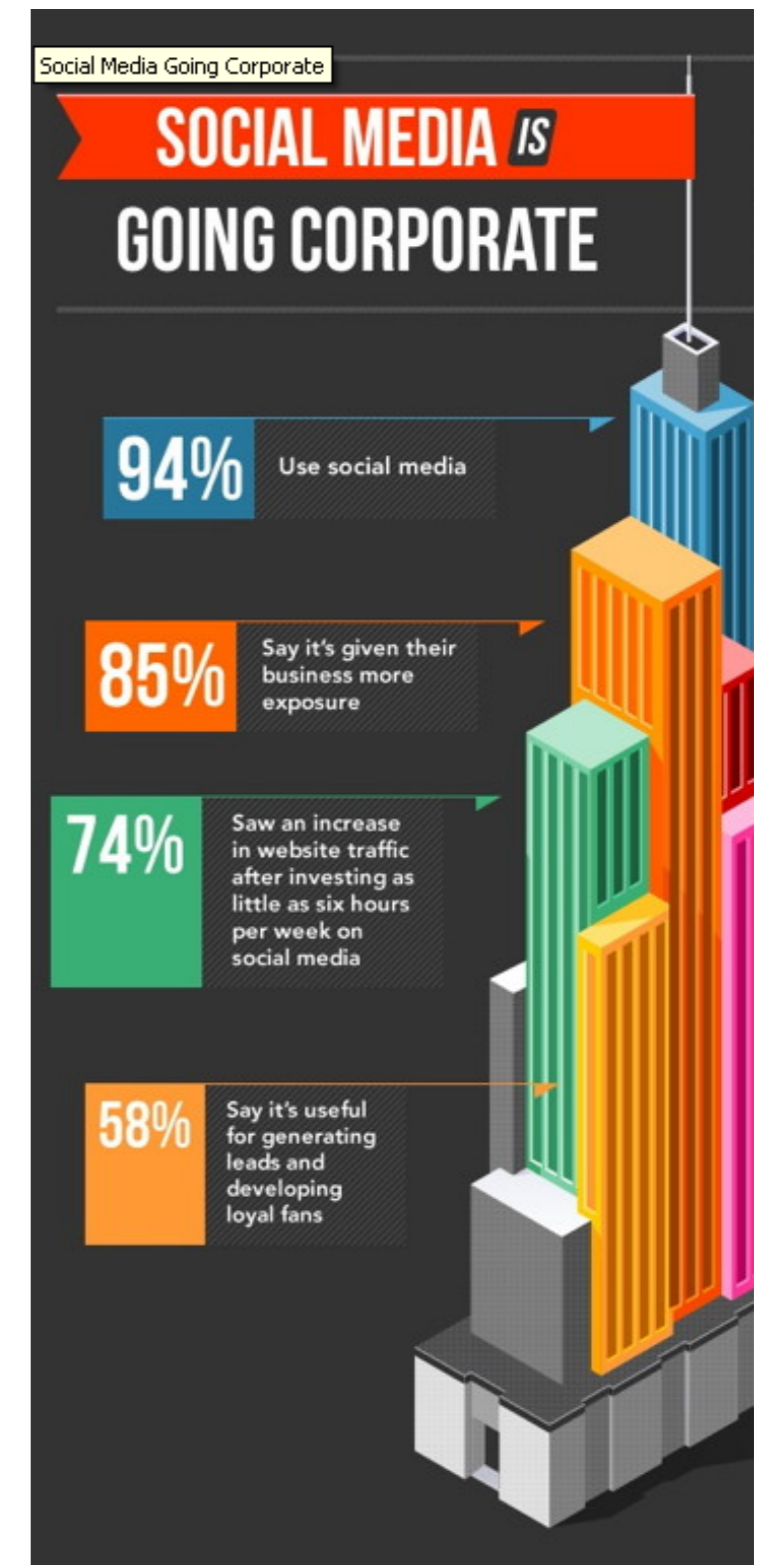
Schreibstube

– Alles, was Sie für ein erfolgreiches
Corporate Blog wissen müssen

<http://karrierebibel.de/schreibstube-alles-was-sie-fur-ein-erfolgreiches-corporate-blog-wissen-mussen/>

Der Nutzen von Corporate Blogging

<http://www.wds7.at/2012/08/der-nutzen-von-corporate-blogging/>





Schreibtechniken



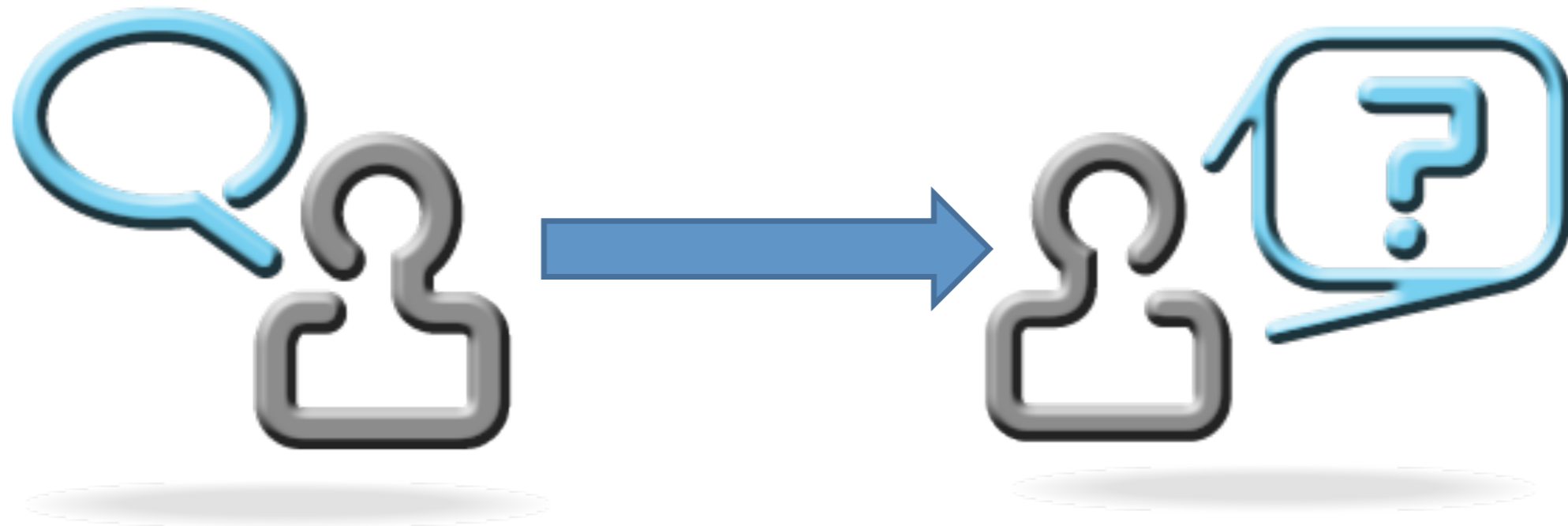
Building Services: Do you require an extension?
New alteration to your property? Do you need
windows or a covered parking area for
car? This and many more types of
and workers from Bin Construction
Build Services: We can find a
for you and build your
dreams.

**Warum
und
wie**

**Texte
gelesen werden**



KOMMUNIKATION





**Zielgruppisch
schreiben!**

Themenplan erstellen



- Damit die Frage, worüber sollen wir schreiben, gar nicht erst aufkommt
- Um regelmäßige Präsenz zu sichern, bereits im Voraus schreiben und per zeitgesteuertem Publishing automatisch freigeben
- Posts aus dem Themenplan können selbstverständlich jederzeit um aktuelle Posts ergänzt werden

30 Themenideen für Corporate Blogs



1. Führen Sie Interviews mit externen Experten zu Ihren Themen.
2. Oder laden Sie Gastautoren ein, bei Ihnen zu publizieren. Sorgen Sie aber auch dafür, dass es sich für die Gastautoren lohnt.
3. Verlinken Sie ein nützliches Video am Wochenanfang und ein amüsantes zum Wochenende.
4. Oder drehen Sie selbst Tutorials und Erklär-Videos zu einer Funktion Ihres Produktes oder Ihrer Website.
5. Starten Sie eine eigene Serie mit Tipplisten.
6. Zitieren Sie eine bekannte Persönlichkeit und was diese heute in einem Interview gesagt hat. Gut, wenn das für Ihre Branche relevant ist. Vergessen Sie aber nicht die Quelle zu nennen und zu verlinken!
7. Kommentieren Sie die Aussagen oder ordnen Sie diese ein.
8. Posten Sie zwischendurch auch ruhig mal sogenanntes unnützes Wissen. Etwas, dass man sich schon mal in der Kaffeeküche zuruft: "Wusstest du schon...?"
9. Oder veröffentlichen Sie einfach einen mutmachenden, inspirierenden Satz oder Appell.
10. Machen Sie Ihre Leser auf interessante Zusatzangebote und Sonderangebote im Web aufmerksam – natürlich nicht die von Wettbewerbern, sondern komplementäre, ergänzende.
11. Bieten Sie einen Live-Chat mit einem Ihrer Experten zu einer regelmäßig gestellten Frage an Ihren Support an.
12. Noch besser: Machen Sie aus dem Chat ein *Event* auf Facebook und laden Sie Freunde und Fans gezielt dazu ein.
13. Entwerfen Sie eine Umfrage zu einem wichtigen Thema – und thematisieren Sie Ihrerseits die Abstimmungsergebnisse. Auch auf Twitter.
14. Thematisieren Sie besonders positive Kundenreaktionen oder Testimonials.
15. Ermuntern Sie Ihre Leser, sich mit eigenen Fotos oder gar Videos an einem Wettbewerb zu beteiligen.
16. Oder generieren Sie so ein aktuelles Stimmungsbild, aus dem Sie wieder einen eigenen Beitrag machen.
17. Helfen Sie Ihren Lesern, mehr aus Ihrem Alltag oder Job herauszuholen – mit Ihren Angeboten und Tipps oder Gratis-Tools im Internet.
18. Teilen Sie Impressionen aus Ihrem Unternehmen, wie Sie arbeiten, wie es bei Ihnen aussieht.
19. Stellen Sie einzelne Teams oder Abteilungen vor.
20. Ebenso neue Mitarbeiter – insbesondere jene mit Kundenkontakt.
21. Präsentieren Sie sich als guter Arbeitgeber: Stellen Sie Jobs und Aufstiegsmöglichkeiten vor. Interviewen Sie Azubis und Neueinsteiger, was die in den ersten Tagen erleben.
22. Stellen Sie neue, für Sie, die Branche und die Kunden relevante Studien (von anderen) vor.
23. Kommentieren und verlinken Sie die auch ruhig.
24. Machen Sie andere ebenfalls groß: Stellen Sie Ihre guten Zulieferer und Geschäftspartner vor und stellen Sie dabei ruhig heraus, warum Sie mit den besten kooperieren.
25. Seien Sie ruhig ein wenig selbstreferenziell: Wenn Sie Ihre Web- oder Fanseiten umbauen oder aktualisieren, dann schreiben Sie darüber. Präsentieren und erklären Sie ausführlich, was sich verbessert hat.
26. Suchen Sie sich saisonale Themen am Rande: Gerade um Weihnachten herum, können Sie besinnlich werden, Bilanz ziehen – oder einfach ein paar Plätzchen-Rezepte preisgeben.
27. Erstellen Sie einen Kalender mit wichtigen Ereignissen – und helfen Sie Ihren Lesern, nicht davon zu verpassen oder sich gar daran zu erinnern. Zum Beispiel mit einem kostenlosen E-Mail-Alarm oder Newsletter.
28. Zeigen Sie immer wieder Fotos – von Produkten und Teams im Einsatz.
29. Verschenken Sie aber auch Fotos, Presse- und Symbolbilder, die andere (Blogger zum Beispiel) frei nutzen können. So zitieren und verlinken die Sie um so lieber.
30. Beschreiben Sie ein Beispiel für guten Kundenservice und wie es Sie anspornt, besser zu werden. Sie müssen doch gar nicht perfekt sein – aber Ehrlichkeit und Bemühen werden im Web enorm belohnt.

Strategien zur Themenfindung

- Ein aktuelles Thema aus einer anderen Perspektive beleuchten
- Gesellschaftliche Paradigmen in Frage stellen, latente Probleme offen legen
- Praxistipps für Probleme, die fast jeder hat, aber über die keiner gerne redet
- Einblicke in eine mit Vorurteilen behaftete fremde Welt bieten
- Ranglisten über Aspekte, die wichtig sind, die man aber nicht öffentlich kommuniziert
- Geben Sie nicht ernst gemeinte Tipps, was man in alltäglichen Situationen machen kann
- Skurriles zeigen



Aufbau eines Blogbeitrags

- Überschrift
- Titelbild
- Vorspann
- Das Wichtigste zuerst
- im Prinzip wie eine Pressemitteilung, aber...
 - meist etwas „lockerer“ geschrieben
 - Direkte Lesersprache möglich (besonders am Ende: Handlungsaufforderung z.B., einen Kommentar zu hinterlassen)
- auf gute Lesbarkeit am Monitor achten, also:
 - deutliche Absätze
 - Aufzählungen verwenden
 - mit Zwischenüberschriften gliedern
 - wichtige Begriffe **fett** hervorheben

Vom Rohtext zum Reintext

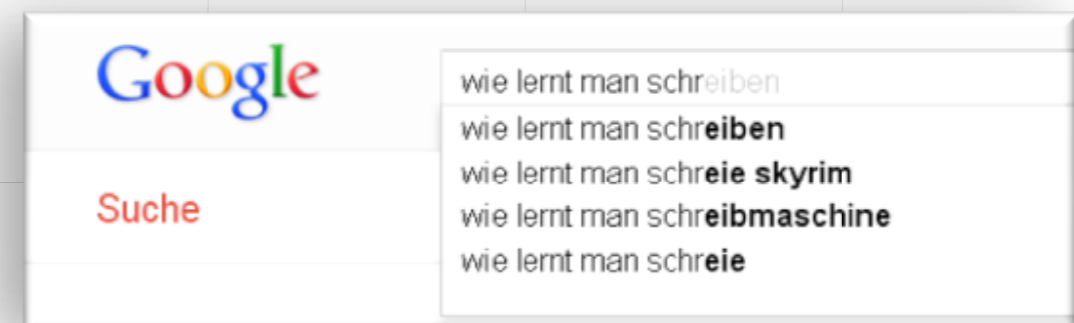
- Thema inhaltlich erfassen
- erst Inhalt, dann Form
- Redigieren



Suchmaschinenoptimiertes Schreiben

- Google zur Recherche nutzen
 - nach was wird gesucht?
 - welche Formulierungen verwenden die Suchenden?
- Keywords müssen
 - in die Überschrift
 - in die Zwischenüberschriften
 - in den Vorspann
 - im Text hervorgehoben werden
 - im Quelltext an die entscheidenden Stellen (description, keywords) positioniert werden
- Für inbound Links sorgen (Google+, Twitter, Facebook, evt. weitere)
- Verlinkungen mit relevanten anderen Blogs/Websites (outbound)

Wegen der letzten beiden Punkte (Plugins!) ist ein selbstgehostetes Blog zu bevorzugen!





Artikel bearbeiten

Erstellen

Twitter Marketing - 6 Goldene Regeln

Permalink: <http://www.rat-und-tat-marketing.de/logbuch/2012/05/twitter-market...goldene-regeln/> Editieren

Hochladen/Einfügen 



A rich text editor toolbar with various icons for text formatting (bold, italic, underline, text color, background color), lists, links, and other editing functions. The 'Überschrift 2' dropdown menu is highlighted with a red circle.

In der letzten Woche bin ich der Frage nachgegangen, **ob sich Twitter für kleine Unternehmen lohnt**. Heute geht es um sechs goldene Regeln, die für das Marketing auf der Social Media Plattform Twitter beachtet werden sollten.

Regel 1: Regelmäßig und möglichst gleichbleibend twittern

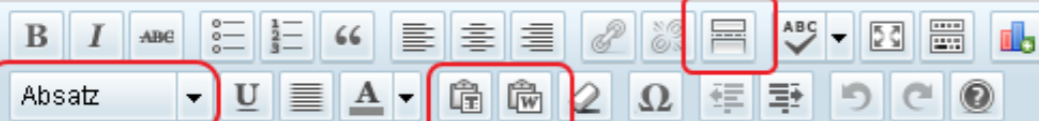
Bei Twitter geht es insbesondere um die Sichtbarkeit in der Timeline der Follower. Hier sollte man versuchen, eine gute Balance zu finden. Einerseits ist eine verlässliche Sichtbarkeit wichtig, andererseits sollte man seine Follower nicht nerven oder gar "zusammen". Es macht also relativ wenig Sinn, nur zu einer bestimmten Tageszeit zu

Linksammlung zum Kurzvortrag Impressumspflicht

Permalink: <http://www.rat-und-tat-marketing.de/logbuch/2012/10/linksammlung-zu-impresumspflicht/> Editieren Artikel ansehen Kurzlink anzeigen

Hochladen/Einfügen

Visuell HTML



Beim monatlichen Businessfrühstück der [Gründergenossenschaft in Witten](#) werden regelmäßig kurze Impulsvorträge gehalten. Am 26. Oktober 2012 konnte ich in diesem Rahmen kurz einige Informationen zum Thema **Impressumspflicht in den sozialen Medien** weitergeben. Der Kurzvortrag war natürlich keine Rechtsberatung, sondern machte die Anwesenden auf die aktuelle Rechtsprechung und die Möglichkeiten, den Anforderungen der Gerichte möglichst nachzukommen, aufmerksam.

Für die Teilnehmer des Frühstücks und alle anderen Interessierten habe ich hier die Links aus dem Vortrag zusammengestellt:

- [Eintrag zum Telemediengesetz in der Wikipedia](#)
- [Das Telemediengesetz](#)
- [Facebook-Seite von Rat & Tat Marketing mit Impressumshinweis im Infobereich und separater "Impressums-App"](#)
- [Twitter-Profil von Rat & Tat Marketing mit Impressumslink](#)
- [Google+ Seite von Rat & Tat Marketing mit Impressumslink im Infobereich](#)
- [Impressumsseite von \[www.rat-und-tat-marketing.de\]\(http://www.rat-und-tat-marketing.de\) mit Hinweisen, für welche Social Media Seiten dieses Impressum zusätzlich Gültigkeit hat.](#)

Der Vortrag basiert auf den Informationen und Hinweisen aus den folgenden beiden Blogbeiträgen:

Pfad: p

Veröffentlichen

[Vorschau der Änderungen](#)

Status: **Veröffentlicht** [Editieren](#)

Sichtbarkeit: **Öffentlich** [Editieren](#)

Veröffentlicht am: **26. Oktober 2012 10:30**
[Editieren](#)

[In den Papierkorb legen](#) [Aktualisieren](#)

Social Broadcasting

[Broadcast](#) [My Accounts](#)

Formatvorlage

- Standard
- Kurzmitteilung
- Link
- Galerie
- Statusmitteilung
- Zitat
- Bild

Schlagworte

[Hinzu](#)

Trenne Schlagwörter durch Kommas

Facebook Google+ Impressum
 Recht Social Media
 Telemediengesetz Twitter

[Wähle aus den häufig genutzten Schlagwörtern](#)

[Adwords](#) [Android](#) [App](#) [Autor](#) [Blog](#)
[Bloggen](#) [Buchtipps](#) [Coaching](#) [E-Book](#)
[Existenzgründer](#) [Facebook](#) [Flyer](#)
[Follower](#) [Förderung](#) [Gastbeitrag](#) [Gewinn](#)
[Google+](#) [Gründercoaching](#)
[Hacker](#) [Hashtag](#) [Internet](#) [KMU](#) [Kurs](#)
[Marketing](#) [Marketingplan](#)
[Marketingtipp](#) [Online-Redaktion](#)
[Pinterest](#) [Seminar](#) [SEO](#)
[Social Media](#) [Soziale](#)
[Netzwerke](#) [Sprechstunde](#)
[Strategie](#)
[Suchmaschinenoptimierung](#) [Termine](#)
[Texten](#) [Timing](#) [Twitter](#)
[Unternehmer](#) [Unternehmerinnenforum](#)
[Weblog](#) [Wordpress](#) [XING](#) [Zielgruppe](#)

Auszug

Linksammlung zum Thema Impressumspflicht in den sozialen Medien

Ein Auszug ist eine von dir erstellte Zusammenfassung deines Textes. Du kannst [Auszüge in deinem Template verwenden](#)

Diskussion

- Kommentare erlauben.
- Erlaube [Trackbacks und Pingbacks](#) auf dieser Seite.

Artikelbild

[Artikelbild festlegen](#)

Revisionen

Aufwand!

[25.10.2012 21:17](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 21:15](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 21:15](#) [Automatische Speicherung] von Birgit Schultz
[25.10.2012 21:13](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 21:08](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 21:07](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 20:58](#) von Birgit Schultz
[25.10.2012 20:57](#) von Birgit Schultz



All in One SEO Pack

[Upgrade to All in One SEO Pack Pro Version](#)

Title:

characters. Most search engines use a maximum of 60 chars for the title.

Description:

characters. Most search engines use a maximum of 160 chars for the description.

Keywords (comma separated):

Disable on this page/post:



Posts Calendar

Ansichtsoptionen ▾

< September 2012 - Oktober 2012 > » Heute

Show Unscheduled Drafts

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
Okt 1 21 Kostenlose Marketingsprechstunde - für alle*!	2	3	4	5	6	7
8 12 Social Media Marketing mit Twitter - Seminarfolien	9 18 Gehackte Twitter-Konten - und was Sie dagegen tun können	10	11 17 Seminarankündigung: Social Media Marketing mit Facebook	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26 10 Linksammlung zum Kurzvortrag Impressumspflicht	27	28



Posts Calendar

< Oktober 2012 - Dezember 2012 > » Heute

Ansichtsoptionen ▾

Hide Unscheduled Drafts

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	Unscheduled
29	30 12 Terminankündigung: Kurzworkshop Einführung in Social Media Marketing	31	Nov 1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11	
12 11 Vortrag Social Media Marketing Einführung zur Gründerwoche 2012	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30	Dez 1	2	
3	4	5	6	7	8	9	

...und wie lernt man schreiben?

- Handwerk – nur durch Schreiben!
- Literaturtipps:
 - Ulrike Scheuermann,
Die Schreibfitness-Mappe
 - ISBN 978-3-7093-0332-0
 - 19,90 €
 - Porombka/Ortheil,
Schreiben unter Strom
 - ISBN 978-3411749218
 - 14,95 € (10,99 € Kindle)



Checkliste für das gut geführte Blog



- ✓ Ihr Blog ist aktuell, es erscheinen regelmäßig neue Beiträge.
- ✓ Die Qualität stimmt: Sprache, Bilder Themen ergeben ein stimmiges Bild.
- ✓ Die Organisation steht: Es gibt eine Redaktion wie auch einen Chefredakteur.
- ✓ Das Blog hat Charakter. Die Autoren sind authentisch, die Geschichten persönlich.
- ✓ Das Blog hat Rückendeckung. Die Geschäftsführung spart nicht an Lob und fördert die Entwicklung.
- ✓ Das Blog wird beworben. Newsletter, Homepage und Banner verweisen auf die Blogadresse.