

## Marketing für Berater

# Corona lässt Webseiten rasch altern

„Ich muss meine Webseite überarbeiten. Können Sie mich dabei unterstützen ...?“ Solche SOS-Anrufe von Trainern und Beratern, Speakern und Coaches waren im zurückliegenden Jahr keine Seltenheit - ausgelöst durch Corona. Was zunächst als Notwendigkeit in einer Ausnahmesituation erschien, offenbart sich schnell als tiefgreifender Wandel einer ganzen Branche. Schnelles Handeln ist zwingend, um die Marktposition zu halten oder gar auszubauen.

## Bernhard Kuntz

Die Pandemie hat mit ihren zahlreichen Herausforderungen die gesamte Zunft der beratenden Berufe aufgeschreckt. Flächendeckende Lockdowns von unbestimmter Dauer führten binnen kürzester Zeit zu veränderten Kundenbedürfnissen. Online-Angebote mussten entwickelt werden, um das Geschäft überhaupt fortführen zu können. Viele bewegten sich damit auf unbekanntem Terrain, entsprechend groß war der eigene Bedarf an Unterstützung. Und dieser wandelte sich auch noch im Verlauf der Pandemie - unabhängig davon, ob es sich bei ihnen um Einzelkämpfer im Markt oder um größere Beratungsunternehmen handelte.

### Phase 1 - Hoffnung: „Wir müssen auf unserer Webseite nur rasch einige Online-Angebote platzieren.“

So war zum Beispiel in den Monaten nach dem ersten Lockdown im März 2020, als das Geschäft vieler Berater sozusagen über Nacht, weil keine persönlichen Treffen mehr möglich waren, völlig am Boden lag, das Hauptanliegen der Ratsuchenden: „Wir müssen auf unserer Webseite so schnell wie möglich die Botschaft platzieren, dass wir auch Online-Beratungen, -Trainings und -Coachings durchführen.“

Also bestand unser Hauptjob im Online-Marketing-Bereich in dieser Zeit darin,

- a. unter den bestehenden Beratungs-, Trainings- und Coaching-Angeboten auf den Webseiten der Berater zum Beispiel den Hinweis zu platzieren, „Wir bieten unsere Leistungen auch online an“, und
- b. in die bestehenden Webseiten mit heißer Nadel gestrickte neue digitale Angebote beispielsweise zu Themen wie „Die Krise als Chance“ oder „Mitarbeiter im Homeoffice führen“ zu integrieren - obwohl die Berater sich nicht selten gerade erst die hierfür nötige Technik angeschafft hatten und noch keine praktische Erfahrung mit dem Online-Trainieren und -Beraten gesammelt hatten.

Zu jener Zeit hegten viele Trainer und Berater sowie Speaker und Coaches zumindest insgeheim noch die Hoffnung, der Spuk Corona sei bald vorüber und sie könnten wieder wie gewohnt arbeiten. Entsprechend punktuell bzw. „kosmetisch“ waren ihre Veränderungsinitiativen.

## Schon gewusst?

### So überprüfen Sie die Seriosität von Websites

Rund 18,5 Millionen Menschen aus dem deutschsprachigen Raum nutzen das Internet täglich für die Suche nach Informationen. Wer sicherstellen möchte, dass es sich bei den aufgerufenen Websites um seriöse Quellen handelt, sollte sich auch über deren Qualität Gedanken machen - andernfalls besteht die Gefahr, auf die viel zitierten „Fake News“ hereinzufallen. Bei der Bewertung von Internetseiten spielen neben der Aktualität auch weitere Faktoren eine wichtige Rolle. Folgende Fragen können Ihnen dabei helfen, die Qualität von Online-Inhalten zu bewerten:

- Wer hat die Website erstellt? Wer ist der Verfasser des Textes?
- Wirbt der Inhalt für eine bestimmte Meinung oder werden auch konträre Standpunkte dargestellt?
- Will der Inhalt zum Kauf eines Produktes/ einer Dienstleistung animieren?
- Werden Quellen transparent wiedergegeben?
- Ist die Webseite übersichtlich strukturiert?
- Funktionieren die gesetzten Verlinkungen?
- Ist die Website als solche für den dargestellten Inhalt relevant oder besteht im Grunde kein thematischer Zusammenhang?

Quelle: Universitätsbibliothek Ruhr-Universität Bochum (o. J.): Evaluation von Websites. Online abrufbar unter: [http://www.ub.ruhr-uni-bochum.de/digibib/Seminar/Evaluation\\_WWW-Seiten.html](http://www.ub.ruhr-uni-bochum.de/digibib/Seminar/Evaluation_WWW-Seiten.html).



### Phase 2 - Erkenntnis: „Unser gesamter Online- bzw. Marktauftritt braucht ein Face-Lifting.“

Diese Hoffnung schwand jedoch im Herbst 2020, und vielen Beratern wurde zunehmend klar: Die durch Corona ausgelösten Veränderungen in der Wirtschaft und somit auch im Trainings- und Beratungsmarkt sind nachhaltiger und tiefgreifender als zunächst angenommen.

Deshalb wurde vielen Beratern auch nach und nach bewusst: Die Texte auf unserer Webseite entsprechen grundsätzlich nicht mehr den veränderten Rahmenbedingungen in der Wirtschaft. Auch die Bildsprache passt nicht mehr zum Geist der Zeit. Wenn wir zum Beispiel auf der Website schreiben, dass wir unsere Leistungen auch online erbringen, müssen sich dort zwei, drei Fotos finden, die uns mit einem Headset auf dem Kopf und beim Online-Trainieren oder -Kommunizieren vor einem Monitor zeigen.

Dementsprechend erhielten wir verstärkt Aufträge,

- die Texte auf den Webseiten von Beratern grundsätzlich zu überarbeiten und
- darin Fotos zu integrieren, die einen Bezug zum Thema Online-Beratung und -Training sowie Online-Kommunikation und virtuelle Zusammenarbeit aufweisen.

### Phase 3 - Bewusstsein: „Unser Markt hat sich dauerhaft substanziell verändert.“

Solche Anliegen spielen auch heute noch bei unserer Arbeit eine große Rolle. Seit ungefähr drei, vier Monaten haben die Aufträge jedoch einen weiteren Schwerpunkt, denn vielen Beratern, Trainern und Coaches wird zunehmend bewusst: Weil sich der Bedarf unserer Zielkunden coronabedingt verändert hat, suchen diese auch mit anderen Begriffen im Netz nach potenziellen Unterstützern. Also sollten wir unsere Webseiten auf die neuen Suchbegriffe optimieren.

Dementsprechend besteht unsere Aufgabe nun vermehrt darin, bereits vorhandene Webseiten sowie deren Quelltexte so umzugestalten bzw. umzuformulieren, dass man bei Google diese auch gut findet, wenn man Begriffe wie Online-Beratung, -Training, -Seminar, -Ausbildung oder -Vortrag eingibt; ebenso bei Wortkombinationen wie

- „hybrides Projektmanagement“ und „hybrides Lernen“ oder
  - „Blended Learning“ oder „digitales Lernen“ oder
- „virtuelles Führen“ oder „virtuelle Zusammenarbeit“ oder
- „Mitarbeiter im Homeoffice ...“ oder „... auf Distanz führen“.

Zudem wollen immer mehr Berater, dass man ihre Webseite auch unter Begriffen wie „New Work“ und „New normal“ leicht finden kann. Also sollen die Texte auf ihren Webseiten und in deren Quelltexten entsprechend umformuliert werden.

### Neue Kundenbedürfnisse artikulieren sich auch in einer neuen Sprache

Generell gilt: Im Gefolge der Corona-Pandemie hat sich auch die im Trainings-, Beratungs- und Coachingmarkt genutzte Sprache bzw. Begrifflichkeit verändert. Neuere Begriffe wie „remote“ und „Homeoffice“ sind üblich geworden und bestehende wie „Online-Lernen“ und „Blended Learning“ haben stark an Bedeutung gewonnen. Diese Begriffe sollten Berater nicht nur in ihren E-Mails und Werbeschreiben verwenden, sondern sie sollten auch ihre Webseiten hierauf optimieren. Manchen Vertretern der Zukunft ist das leider noch nicht bewusst.

### Bernhard Kuntz

**Inhaber der PRofilBerater GmbH, Darmstadt, die Bildungs- und Beratungsanbieter beim (Online-)Marketing unterstützt. Er ist Autor u. a. des Buches *Die Katze Im Sack verkaufen: Wie Sie Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online*, Internet: [www.die-profilberater.de](http://www.die-profilberater.de).**

