



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

## Was im Web steht, ist wahr? – Stimmt das immer?

Heute ist für viele unserer Kunden alles das, was sie im Web über Sie als Trainer, Berater und Coach finden, die Reputation Ihrer Person. Ihr persönliches Online-Profil zu pflegen ist demnach das Management Ihres guten Rufs. Dies habe ich für Facebook und XING in den letzten Monaten ausführlich erklärt. Dies gilt insbesondere in der direkten Kundenansprache und im Sourcing und stellt die soziale Basis Ihres beruflichen Erfolgs da. Wir werden durch unsere Umwelt mit Informationen überflutet. Deshalb neigen wir und besonders unsere Kunden dazu, uns einerseits auf Angewohnheiten (schlechte oder gute) zu verlassen und andererseits auf das, was andere uns mitteilen. Diese anderen „googeln“ eben auch und besonders den möglichen Trainer, Berater oder Coach, den sie engagieren wollen.

### Starke Wirkung im Google Algorithmus

Wann haben Sie sich selbst das letzte Mal gegoogelt? Sie sollten das besonders jetzt beobachten! Seit Ende April hat Google einen neuen Such-Algorithmus eingeführt. Diese kümmert sich darum, dass die Websites, die nicht mobil optimiert sind, abgestraft und damit auch im Ranking abgestuft werden. Dies gilt sofort! Ich habe die letzten Wochen ausführlich über XING und die tollen Möglichkeiten auf dieser Plattform für uns Trainer, Berater und Coaches gesprochen. XING ist leider eine der ersten bekannten Websites, die davon betroffen und in der Sichtbarkeit abgefallen sind und damit auch Ihr Xing-Profil. Das heißt, dass Sie evtl. nicht mehr mit Ihrem XING Profil auf der ersten Seite der Google-Suche zu finden sein werden, wenn der Kunde Ihre Keywords eingibt. Ihr XING Profil sollten Sie trotz allem weiter pflegen, da sich dort auch Änderungen einstellen können. Solange dies aber noch nicht geschehen ist, liegt die Überlegung nahe zur Konkurrenz zu wechseln. Insbesondere, wenn Sie sich mit Ihrem Portfolio nicht allein auf die D-A-CH Region beschränkt haben. LinkedIn hat eine optimierte Website und ist weiterhin bei der Suche auf Seite 1 zu finden. Sie sollten aus diesem Grunde unbedingt darüber nachdenken, Ihr LinkedIn Profil zu optimieren. Ich werde in den News&Facts demnächst darüber berichten.

### Googles Mobile-Update

Die ersten Gewinner und Verlierer

Seit etwas mehr als einer Woche ist das neue Google-Update online. Mit dem der Rankingfaktor offiziell auf die Mobilfähigkeit einer Webseite erweitert wurde. Es ist also Zeit für eine erste Bilanz. Das Unternehmen Searchmetrics hat Verlierer und Gewinner in einer ersten Analyse des Updates gegenüber gestellt.

Die Zahlen geben einen ersten Ausblick darüber, wer zu den Gewinnern und Verlierern vom Update der Google Suchmaschine zählt. Als Vergleich hat Searchmetrics die Mobile-Sichtbarkeit vor und nach dem Update gegenübergestellt. Dies ist die reine Darstellung der mobilen Seiten. Wie ich oben bereits geschrieben hatte, ist hier XING von Google abgestraft worden, weil es keine relevante mobile Website mit Ihrem Profil anbietet.



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

## Die Gewinner

Das Mobile-Update hat auch Gewinner hervorgebracht. Dazu gehören die Mediengrößen [www.focus.de](http://www.focus.de) und die [www.welt.de](http://www.welt.de). Beide Websites haben ihre große Relevanz und Sichtbarkeit noch einmal signifikant steigern können. Bei den 40 stärksten Gewinnern befinden sich bloß 3 Websites ohne Mobile-Friendly-Label. Bei den 40 größten Verlierern haben nur neun Websites dieses Label.

## Die Verlierer

Eine der bekanntesten Seiten unter den Verlierern ist, wie bereits geschrieben die Social Web Plattform XING. Laut der Auswertung besitzt die Seite kein Mobile-Friendly-Label und hat dadurch seit dem Start des neuen Google Algorithmus 33 Prozent an mobiler Sichtbarkeit verloren. Zwei weitere große Plattformen ohne Mobile-Label Sky.de und die Bahn.de haben ebenfalls verloren. Der Verlust bei Bahn.de beträgt sogar 47 Prozent.

## Fazit

Es ist schon auffällig, dass unter den Siegern des neuen Google Algorithmus viele Seiten mobilfreundlich sind und bei den Verlierern genau das Gegenteil der Fall ist. Eine klare Absicht von Google gibt der Vergleich und einen guten Ausblick, in welche Richtung die Zukunft geht.

Mit soziale mobilen Grüßen

Ihr

Bernd Braun