

# „Blog-Marketing für Coaches“ – Webinar-Zusammenfassung

## About

Prof. Dr. Jonas Polfuß unterstützt seit über 15 Jahren Firmen und Organisationen erfolgreich bei der Suchmaschinen- und Webseiten-Optimierung. Er hat unzählige Top-Platzierungen auf Google realisiert, die langfristig deutlich kostengünstiger als bezahlte Anzeigen sind. Bei der Vertriebsberatung setzt er auf echte Vorteile für Menschen statt Klicks für Maschinen.

*[www.seo-agentur-essen.de](http://www.seo-agentur-essen.de)*

## Überblick

Viele Coaches haben eine Webseite – aber sie werden nicht gefunden, und wenn doch, fehlt oft der Vertrauensvorschuss für eine Anfrage. Ein fachlich fundierter Blog verändert diese Dynamik grundlegend:

Er wird zum „Schaufenster der Kompetenz“, das nicht nur Sichtbarkeit schafft, sondern gleichzeitig als kostenloser „Probe-Termin“ funktioniert.

In dieser Webinar-Zusammenfassung geht es darum, den Blog als strategisches Autoritäts- und Akquise-Tool zu nutzen:

- **Vertrauensaufbau und Thought Leadership** – durch Spezialisierung (z.B. „Karriere-Coaching für Introvertierte“) zur gefragten Autorität werden,
  - **Content-Architektur und KI-Integration** – strukturierte Artikel mit echtem Expertenwissen (E-E-A-T) statt austauschbarer KI-Texte,
  - **Datengestützte Themenwahl** – mit Tools wie Ahrefs und Searchvolume.io die richtigen Fragen der Zielgruppe beantworten,
  - **Content-Recycling und Backlink-Aufbau** – einen Artikel mehrfach nutzen (E-Book, Video, Social Media) und durch externe Verlinkungen die Reichweite multiplizieren.
- 

## Die strategische Rolle des Blogs im Coaching-Markt

Warum ist es heutzutage so wichtig, mit dem eigenen Wissen zu überzeugen?

### Vertrauensaufbau in einer beratungsintensiven Branche

Im Coaching-Sektor ist das angebotene Produkt eine immaterielle Dienstleistung, die auf Vertrauen basiert. Ein Blog dient hierbei als „Schaufenster der Kompetenz“.

Während klassische Firmenpräsentationen oft oberflächlich bleiben, ermöglicht das Blog-Format den Nachweis von Tiefgang.

Ein Fachartikel über Resilienz oder Karriere-Strategien fungiert als kostenloser „Probe-Termin“, bei dem Leserschaft die methodische Herangehensweise kennenlernt, ohne ein Risiko einzugehen.

### **Die Transformation vom Dienstleister zum Thought Leader**

Die Erfahrung zeigt, dass die fundierte Aufarbeitung von Coaching-Themen oft eine Eigendynamik entwickelt.

Ein Blog, der spezifische Nischen besetzt – etwa „Karriere-Coaching für Introvertierte“ oder „Life-Coaching in Umbruchphasen“ – generiert Anfragen oft nicht trotz, sondern wegen seiner fachlichen Spezialisierung

Die Sichtbarkeit führt dazu, dass die Webseite zum primären Akquise-Kanal wird, da Klient:innen gezielt nach Lösungen für ihre Problemstellungen suchen.

### **Zeitlicher Horizont und Kontinuität**

Erfolg im Blog-Marketing stellt sich nicht über Nacht ein. Um als Autorität in Google-Suchergebnissen und in der Wahrnehmung der Zielgruppe wahrgenommen zu werden, ist eine Planungsphase von zwölf Monaten essenziell.

Eine Frequenz von mindestens einem Artikel alle 14 Tage sichert die Relevanz, während wöchentliche Publikationen die Wachstumsrate deutlich beschleunigen. Eine realistische Planung hilft beim langfristigen Erfolg. Bevor nur einige Wochen sehr häufig gebloggt wird, sollte besser ein Rhythmus gewählt werden, der auch auf lange Sicht gut machbar bleibt

Grundsätzlich kommt es natürlich auch darauf an, wie viel Freude jemand am Schreiben hat oder entwickeln kann. Denn diese Freude spürt häufig auch die Leserschaft.

2

---

### **Content-Architektur und KI-Integration**

Neben guten Inhalten spielt auch die richtige Struktur eine zentrale Rolle. Wie sieht diese heutzutage aus?

#### **Struktur eines effektiven Coaching-Artikels**

Ein Artikel im Jahr 2026 benötigt eine Balance zwischen Empathie und Fakten. Die optimale Länge liegt bei 600 bis 700 Wörtern für durchschnittliche Artikel.

Falls der Inhalt mehr Umfang erlaubt, können (zwischendurch) auch längere Artikel sehr positiv auf die Sichtbarkeit im Netz wirken. Unter 400 Wörter sollte möglichst kein Artikel ausfallen.

Hinsichtlich der Struktur haben sich die folgenden Punkte über die Jahre bewährt.

- **Einleitung:** Identifikation eines spezifischen Schmerzpunktes (z.B. Burnout-Anzeichen oder Karriere-Stagnation).
- **Hauptteil:** Vermittlung von Lösungsansätzen, Methoden (z.B. GROW-Modell, systemische Fragen) und psychologischem Hintergrundwissen.
- **Praxis-Transfer:** Integration von Tipps, Checklisten oder kurzen Übungen, die einen sofortigen Mehrwert bieten.
- **Abschluss:** Zusammenfassung und ein klarer Hinweis auf weiterführende Unterstützungsmöglichkeiten.

### Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (E-E-A-T Prinzip)

In der Ära von KI-generierten Texten ist die menschliche Komponente das wertvollste Differenzierungsmerkmal. KI-Tools wie ChatGPT von OpenAI oder Claude von Anthropic dienen primär der Strukturierung und Recherche.

Die entscheidende Qualitätsebene – persönliche Erfahrungswerte aus echten Coaching-Sitzungen (anonymisiert) und die individuelle „Stimme“ – muss manuell hinzugefügt werden. Das erhöht häufig auch die Freude am Verfassen.

Suchmaschinen priorisieren im Jahr 2026 Inhalte, die echtes Expertenwissen (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) widerspiegeln, was eine KI allein nicht replizieren kann.

3

---

### Themenidentifikation und technische Infrastruktur

Nicht zuletzt ist es notwendig, dass ein Blog oder Magazin technisch einwandfrei gestaltet ist. Moderne Tools helfen zudem bei der Themenauswahl.

### Datengestützte Themenwahl

Ein Blogartikel ist nur dann effektiv, wenn er die Fragen beantwortet, die potenzielle Klienten tatsächlich stellen. Die Recherche erfolgt über drei Säulen:

1. **Analysetools:** Plattformen wie Ahrefs identifizieren Marktlücken und das Suchverhalten der Konkurrenz.
2. **Nutzerintention:** Die Nutzung der Google-Autofill-Funktion gibt Aufschluss über konkrete Fragestellungen, die häufig online recherchiert werden. So lässt sich aus häufigen Suchanfragen (z.B. „Gehaltsgespräch... vorbereiten... führen... Argumente“) ein passender Artikel ableiten (z.B. „Wie kann ich ein Gehaltsgespräch vorbereiten und argumentativ führen?“).

3. **Bedarfsprüfung:** Mit Tools wie Searchvolume.io wird sichergestellt, dass für ein gewähltes Thema ein ausreichendes Interesse besteht, um den Erstellungsaufwand zu rechtfertigen. Auch Nischenthemen können Potenzial haben, insgesamt bedeutet aber mehr Interesse auch bessere Chancen für Besuche und Anfragen.

## Technische Umsetzung

Die technische Hürde wird durch moderne CMS-Systeme minimiert. Ein Blogmodul innerhalb von WordPress oder vergleichbaren Systemen ist – auch aufgrund der hohen SEO-Flexibilität – der Industriestandard.

WordPress-Plugins wie Yoast oder RankMath helfen dabei, in einem Artikel die Keywords an den richtigen Stellen zu verteilen und gleichzeitig eine Überoptimierung zu vermeiden, die in den Suchmaschinen zu Nachteilen führen würden.

Auch Baukasten-Systemen (z.B. wie Webgo) sind je nach Variante in der Lage, einen Blog anzulegen. Hier sollte sorgfältig geprüft werden, dass die Anwendungen im Alltag leicht zu bedienen sind.

Ein moderner Anbieter garantiert schnelle Ladezeiten. Sollte kein komplexes System gewünscht sein, lassen sich Blog-Inhalte auch einfach als Unterseiten realisieren, sofern diese für Suchmaschinen indexierbar sind.

## Multiplikation und externe Autorität

Um das Beste aus gutem Content herauszuholen und dabei Zeit zu sparen, sollte möglichst versucht werden, gute Inhalte vielfältig einzusetzen und wiederzuverwerten.

### Content-Recycling als Effizienzhebel

Ein einmal erstellter, hochwertiger Coaching-Artikel kann in verschiedene Formate überführt werden, um unterschiedliche Lerntypen anzusprechen:

- **Vom Blog zum Lead-Magnet:** Mehrere thematisch verwandte Artikel lassen sich zu einem kompakten E-Book (z.B. „Der 4-Wochen-Plan für mehr Fokus“) zusammenfassen.
- **Audiovisuelle Nutzung:** Kernpunkte eines Artikels können als Skript für Kurzvideos oder Audio-Impulse in sozialen Netzwerken dienen.
- **Micro-Content:** Zitate und Kernaussagen lassen sich als Grafiken für Plattformen wie LinkedIn aufbereitet, um den Traffic zurück auf den Blog zu lenken.

## Die Relevanz von Backlinks

Selbst der fachlich brillianteste Content benötigt externe Validierung. Hochwertige Backlinks – also Verlinkungen von anderen seriösen Webseiten (Verbände, Fachmagazine, andere Coaches) – sind für Google das entscheidende Signal für Relevanz. Eine SEO-Agentur kann beim Backlink-Aufbau helfen.

Ein aktiver Aufbau von Verbindungen innerhalb und außerhalb der eigenen Branche durch Gastbeiträge oder Experten-Statements in News-Portalen ist für den langfristigen Erfolg im Jahr 2026 unerlässlich. Der Blog agiert hierbei als „Zitierquelle“, die andere dazu einlädt, auf die Expertise zu verweisen.

## Weitere Lektüre

<https://www.seo-agentur-essen.de/seo-freiberufler-kleine-unternehmen-webseite-vertriebstool>

<https://www.seo-agentur-essen.de/ki-seo-2024-und-neue-chancen-im-digitalen-marketing>

<https://www.seo-agentur-essen.de/tipps-checkliste-lokales-seo>

<https://www.seo-agentur-essen.de/lokale-suchmaschinenoptimierung-essen>

<https://www.regenreich.com/blog/lokales-seo-andere-staedte-regionale-erweiterung>

<https://www.regenreich.com/blog/seo-agentur-aus-muenster-wie-lange-dauert-seo-2024>

<https://www.regenreich.com/blog/seo-mehr-verkaeufe-start-ups-suchmaschinenoptimierung-leads>

### Noch Fragen? Gerne!

Prof. Dr. Jonas Polfuß

Mobil: 015157331382

[jp@seo-agentur-essen.de](mailto:jp@seo-agentur-essen.de)

[www.seo-agentur-essen.de](https://www.seo-agentur-essen.de)

