

Zertifizierte:r Online Marketing Manager:in – Diploma in Digital Marketing (WPI)



Werden Sie mit dieser umfassenden Weiterbildung zum gefragten Experten für das gesamte Online-Marketing. Erwerben Sie das Diploma in Digital Marketing des Web Professional Institute (WPI)

Starten Sie Ihre neue Karriere, sichern Sie sich Ihren Job oder bauen Sie Ihre gefragten Digitalkompetenzen mit unserer staatlich zugelassenen Weiterbildung aus.

~~4.980,00 €~~ **3.735,00 €** für Selbstzahler & Unternehmen

Ratenzahlung möglich

Auch für Selbstzahler & Unternehmen gibt es **attraktive Fördermöglichkeiten**.

Der Kurs ist von der Umsatzsteuer befreit.

Jetzt kostenlos beraten lassen

Unsere Anerkennungen:



SEHR GUT

4.9 / 5.0 (56)

100% Weiterempfehlung

Der richtige Weg für Ihre berufliche Zukunft

Egal in welcher Situation Sie sich befinden, unsere Online-Kurse passen sich Ihren Bedürfnissen flexibel an.

Qualifizieren Sie Ihre Mitarbeiter:innen

Investieren Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens. Mit unseren flexiblen Online-Kursen können Ihre Mitarbeiter:innen praxisrelevante Digitalkompetenzen erwerben – ohne lange Ausfallzeiten. Wir bieten einfache Abrechnungsmodelle und maßgeschneiderte Lernpfade.

Erweitern Sie Ihr Geschäftsfeld

Bleiben Sie wettbewerbsfähig und erschließen Sie neue Einnahmequellen. Lernen Sie praxisnah und flexibel neben Ihrem laufenden Geschäft. Die erlernten Fähigkeiten können Sie sofort in Ihren Projekten anwenden und Ihr Portfolio erweitern.

Investition in Ihre Zukunft

Sie streben eine berufliche Neuorientierung an oder wollen sich privat weiterbilden? Unsere Kurse bieten Ihnen topaktuelles Wissen zu einem fairen Preis. Gestalten Sie Ihre Zukunft aktiv und investieren Sie in die gefragteste Fähigkeit unserer Zeit.

Zurück in den Job mit 100% Förderung

Profitieren Sie von der vollen Kostenübernahme durch den Bildungsgutschein der Agentur für Arbeit oder des Jobcenters. Wir unterstützen Sie aktiv bei der Beantragung und begleiten Sie auf Ihrem Weg zum neuen Arbeitsplatz. Unsere hohen Vermittlungsquoten sprechen für sich.

Was Sie bei uns lernen: Ihr Weg zum/zur Online-Marketing-Manager:in (WPI)

Vom strategischen Fundament bis zur operativen Exzellenz auf allen Kanälen: In dieser Weiterbildung erlernen Sie, ganzheitliche Online-Marketing-Strategien zu entwickeln und mit den richtigen Werkzeugen messbare Erfolge für jedes Unternehmen zu erzielen.

Die Weiterbildung besteht aus folgenden Modulen:



Was lerne ich in diesem Modul?

In diesem Modul erhalten Sie einen umfassenden Überblick über die Grundlagen des Marketings, von den klassischen Prinzipien bis hin zu den modernen, digitalisierten Strategien. Sie lernen die zentralen Aufgabenbereiche und Instrumente des Marketings kennen und verstehen, wie sich das Online-Marketing als entscheidender Bestandteil heutiger Unternehmensstrategien etabliert hat.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Die Unterschiede zwischen klassischem Marketing und Online-Marketing.
- Den Marketingmix, von den 4 Ps bis zur Erweiterung auf die 8 Ps (u.a. People, Process, Physical Evidence).
- Methoden zur Marktsegmentierung und zur Bestimmung von Zielgruppen (Personas).
- Psychologische Faktoren, die das Kaufverhalten beeinflussen (z.B. Emotionen, Social Proof, Storytelling).
- Den Produktlebenszyklus sowie die Bedeutung von High- und Low-Involvement-Produkten.
- Strategien zur Preisbestimmung, von der Cost-Plus-Methode bis zu Skimming und Penetration Pricing.
- Einen detaillierten Überblick über alle wichtigen Online-Marketingdisziplinen: SEO, SEA, Content Marketing, Social Media Marketing, E-Mail-Marketing, Affiliate Marketing, Influencer Marketing und Virales Marketing.
- Wichtige Fachbegriffe und Kennzahlen (KPIs) wie Conversion Rate, ROI, Call-to-Action und Targeting.
- Den Aufbau und die Qualitätskriterien einer Landingpage zur Conversion-Optimierung (CRO).
- Die Elemente einer Online-Marketingstrategie, inkl. Markt-, Wettbewerbs- und SWOT-Analyse sowie SMART-Zielsetzung.
- Die Aufgaben und Kompetenzen eines Online-Marketing-Managers.
- Grundlagen der Künstlichen Intelligenz (KI) im Marketing, inkl. der Funktionsweise von Sprachmodellen (LLMs) und der Erstellung von Prompts.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Dieses Wissen ist fundamental, da erfolgreiches Marketing heute fast vollständig digital gedacht und umgesetzt wird. Unternehmen jeder Größe benötigen Fachkräfte, die nicht nur die Kanäle kennen, sondern auch verstehen, wie man Zielgruppen analysiert, Kampagnen strategisch plant und deren Erfolg misst. Ohne ein solides Verständnis dieser Grundlagen ist es unmöglich, in der digitalisierten Wettbewerbswelt zu bestehen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Eine fundierte Online-Marketingstrategie von der Analyse bis zur Zielsetzung entwickeln.
- Märkte segmentieren und präzise Zielgruppen-Personas erstellen.
- Den optimalen Mix an Online-Marketingdisziplinen (SEO, SEA, Social Media etc.) für ein Unternehmen oder Projekt auswählen.
- Die psychologischen Trigger verstehen und nutzen, die zu Kaufentscheidungen führen.
- Konzepte für konversionsstarke Landingpages entwickeln und A/B-Tests planen.
- Den Erfolg von Marketingmaßnahmen anhand von KPIs analysieren und bewerten.

- Die Aufgaben eines Online-Marketing-Managers verstehen oder selbstbewusst in diese Rolle hineinwachsen.
- KI-Tools wie ChatGPT oder Gemini effektiv für die Recherche, Analyse und Content-Erstellung im Marketing einsetzen.

Dieses Modul legt das unverzichtbare Fundament für alle weiterführenden Spezialisierungen im digitalen Marketing und befähigt Sie, Online-Marketing-Aktivitäten ganzheitlich zu planen, umzusetzen und zu optimieren.

Verkaufpsychologie im Online Marketing ^



Was lerne ich in diesem Modul?

In diesem Modul entschlüsseln Sie die Geheimnisse der Verkaufpsychologie im digitalen Zeitalter. Sie lernen, wie Sie psychologische Prinzipien gezielt im Online Marketing einsetzen, um Kaufentscheidungen positiv zu beeinflussen, Kunden zu begeistern und sie langfristig zu binden.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Grundlagen, Entwicklung und Bedeutung der Verkaufpsychologie.
- Einfluss der Hirnforschung (Neuromarketing) auf das Verständnis von Kaufentscheidungen.
- Analyse von Kunden-Entscheidungsprozessen, Motivationen, Emotionen und Bedürfnissen.
- Einsatz von Heuristiken und Erkennung kognitiver Verzerrungen (z. B. Anker-Effekt, Decoy-Effekt).
- Definition verschiedener Kundentypen, Anwendung von Ego-Labeling und Berücksichtigung kultureller Unterschiede.
- Strategien zur Bedürfnisweckung und Verständnis der Phasen des Kaufverhaltens.
- Prinzipien der Überzeugung nach Cialdini: Social Proof, Scarcity (Knappheit), Urgency (Dringlichkeit) und Authority.
- Analyse des »Hook«-Modells zur Schaffung von Kundengewohnheiten (Trigger, Action, Reward, Investment).
- Praktische Anwendung: Gestaltung conversionstarker Websites, Einsatz psychologischer Trigger im E-Commerce und Nutzung von KI.
- Techniken des Copywritings: Verkaufsstarke Sprachmuster, Formulierung von Headlines und Call-to-Actions (CTAs).

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Das Wissen um verkaufpsychologische Mechanismen ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im modernen Online Marketing. Es ermöglicht Ihnen, nicht nur die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu gewinnen, sondern auch deren unbewusste Entscheidungsprozesse zu verstehen und gezielt anzusprechen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Effektive Verkaufsstrategien entwickeln und den Verkaufserfolg messbar steigern.
- Websites, Produkte und Marketingbotschaften so gestalten, dass sie mehr Kunden gewinnen und überzeugen.
- Überzeugende Verkaufstexte (Copy) schreiben und emotionale Verbindungen zu Ihrer Zielgruppe aufbauen.
- Die Absprungraten auf Websites verringern, indem Sie die Kundenbedürfnisse besser verstehen und erfüllen.
- Vertrauen und Sympathie durch gezielte Online-Kommunikation, Storytelling und Emotional Selling aufbauen.
- Psychologische Trigger wie Knappheit, Dringlichkeit und Social Proof ethisch korrekt zur Conversion-Optimierung einsetzen.
- Wirkungsvolle Headlines und Call-to-Actions (CTAs) formulieren, die Nutzer zum Handeln motivieren.

- Bild- und Farbpsychologie nutzen, um die emotionale Wirkung Ihrer Marketingmaßnahmen zu maximieren.
- KI-Tools als Assistenz für psychologisch optimierten Content (Text und Bild) nutzen.

Sie lernen, warum manche Websites wie ein Magnet wirken, und sind in der Lage, Ihre eigenen digitalen Auftritte so zu optimieren, dass Sie Kunden nachhaltig begeistern und eine starke Kundenbindung fördern.

Online- und Datenschutzrecht



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul vermittelt Ihnen das notwendige rechtliche Rüstzeug für eine professionelle Tätigkeit im Online-Marketing. Sie lernen die zentralen Vorschriften des Internet-, Datenschutz- und E-Commerce-Rechts kennen und erfahren, wie Sie rechtliche Fallstricke bei der Gestaltung von Websites, Social-Media-Profilen und Marketing-Kampagnen sicher erkennen und vermeiden.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- **Domainrecht:** Rechtliche Risiken bei der Registrierung und Nutzung von Domains sowie die Grundlagen des Marken- und Namensrechts.
- **Urheberrecht:** Vorgaben für die rechtssichere Nutzung von Texten, Bildern, Grafiken und Videos sowie die Besonderheiten bei KI-generierten Inhalten.
- **Datenschutz (DSGVO):** Die Kernprinzipien der DSGVO, Erstellung einer korrekten Datenschutzerklärung und der rechtskonforme Einsatz von Cookies, Tracking-Tools und Social-Media-Plugins.
- **Datenschutz (International):** Grundlagen und Unterschiede zum Datenschutzrecht in wichtigen Märkten außerhalb der EU, wie der Schweiz, Großbritannien, den USA, Kanada und Südamerika.
- **Haftung:** Die Verantwortung für eigene und fremde Inhalte, den Umgang mit Kommentaren, Hatespeech und die Haftung für externe Links.
- **Anbieterkennzeichnung:** Die Erstellung eines vollständigen und gesetzeskonformen Impressums.
- **E-Mail-Marketing:** Rechtliche Vorgaben für den Versand von Newslettern und die Umsetzung des Double-Opt-In-Verfahrens.
- **Fernabsatzrecht (E-Commerce):** Gesetzliche Informationspflichten im Online-Handel, das Widerrufsrecht, Vorgaben für Preisangaben und die korrekte Gestaltung des Bestell-Buttons.
- **Wettbewerbsrecht:** Erkennen unlauterer Geschäftspraktiken und die rechtlichen Rahmenbedingungen für Influencer-Marketing.
- **KI-Recht:** Rechtliche Risiken und Vorgaben beim Einsatz von KI-Systemen wie ChatGPT, Google Gemini oder Midjourney.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Im digitalen Marketing ist rechtliches Basiswissen unerlässlich, um kostspielige Abmahnungen und Bußgelder zu vermeiden. Nahezu jede Online-Aktivität – vom Setzen eines Cookies über den Versand eines Newsletters bis zum Posten eines Bildes – berührt komplexe rechtliche Bereiche. Dieses Modul gibt Ihnen die notwendige Sicherheit, um sich professionell im digitalen Raum zu bewegen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Rechtliche Fallstricke bei der Konzeption und Umsetzung von Internetpräsenzen und Online-Marketing-Kampagnen frühzeitig identifizieren.
- Websites, Blogs und Social-Media-Accounts rechtssicher gestalten und betreiben.
- Die zentralen Anforderungen der DSGVO und des TDDG in der Praxis umsetzen, insbesondere bei Tracking, Cookies und der Einbindung von Social Plugins.
- Ein rechtskonformes Impressum und eine vollständige Datenschutzerklärung für Online-Auftritte erstellen.
- Die rechtlichen Risiken beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz bewerten.
- E-Mail-Marketing-Kampagnen datenschutzkonform planen und durchführen.
- Die spezifischen Informationspflichten und Regeln des E-Commerce (Fernabsatzrecht) anwenden.
- Haftungsrisiken für eigene Inhalte, aber auch für Links und Nutzerkommentare, minimieren.

Sie erwerben ein fundiertes Problembewusstsein und die Fähigkeit, typische juristische Fehlerquellen im Online-Marketing zu erkennen und zu vermeiden – eine Kernkompetenz für jede Marketing-Fachkraft.

Content Marketing & Commerce



Was lerne ich in diesem Modul?

In diesem Modul erlernen Sie den gesamten Workflow des modernen Content Marketings, von der strategischen Konzeption über die Erstellung bis zur Erfolgsanalyse. Sie lernen, wie Sie durch hochwertige, zielgruppengerechte Inhalte Vertrauen aufbauen und Kunden gewinnen. Ein zentraler Bestandteil ist die Integration von E-Commerce (Content Commerce) sowie der gezielte Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) als strategischer Partner, um den gesamten Prozess effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Content Marketing anhand von Vor- und Nachteilen sowie aktuellen Trends in den Marketingmix zu integrieren.
- Eine systematische Content-Marketing-Strategie in neun Schritten zu entwickeln (von der Zielsetzung über die Persona-Entwicklung bis zur Themenplanung).
- Den richtigen Mix unterschiedlicher Inhalte zu produzieren und diese gezielt entlang der Customer Journey bereitzustellen.
- Bestehende Inhalte aktuell zu halten und attraktiv zu gestalten (Content Audit und Repurposing).
- Konsumenten zur richtigen Zeit, über die richtigen Kanäle, mit den passenden Inhalten anzusprechen.
- Die Definition, Ziele, Vorteile und Methoden des Content Commerce zu verstehen und anzuwenden.
- Überzeugende, beispielhafte Content-Commerce-Produkttexte zu verfassen.
- KI-Modelle als strategischen Sparringspartner für Persona-Entwicklung, Ideenfindung und Textoptimierung zu nutzen.
- KI-Werkzeuge zur Effizienzsteigerung und Qualitätsverbesserung im gesamten Content-Marketing-Prozess einzusetzen.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

In Zeiten steigender Informationsflut und zunehmender Werbemüdigkeit stößt klassische, produktzentrierte Werbung an ihre Grenzen. Dieses Modul vermittelt Ihnen den Schlüssel zu einem nachhaltigeren Ansatz: Sie lernen, den Fokus auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden zu legen. Indem Sie Inhalte bereitstellen, die drängende Fragen beantworten, Probleme lösen oder unterhalten, bauen Sie ein echtes Vertrauensverhältnis auf und positionieren sich als Experte.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Eine durchdachte Content-Strategie entwickeln, die Ihre Zielgruppen authentisch erreicht und vom eigenen Angebot überzeugt.
- Nachhaltige und wertvolle Beziehungen zu Interessenten und Kunden aufbauen, anstatt auf platte Werbung zu setzen.
- Sich als glaubwürdiger Experte in Ihrem Themengebiet positionieren und so die Markensichtbarkeit (auch in Suchmaschinen) verbessern.
- Künstliche Intelligenz als strategischen »Co-Piloten« im gesamten Prozess nutzen – von der datengestützten Analyse über die Ideenfindung bis zur Textoptimierung.
- Hochwertige Inhalte (wie Artikel, Videos oder Ratgeber) erstellen, die den Dialog mit Ihrer Community fördern.
- Die Prinzipien des Content Commerce anwenden, um redaktionelle Inhalte und E-Commerce nahtlos zu verknüpfen und das Einkaufserlebnis emotional aufzuladen.
- Den Erfolg Ihrer Maßnahmen analysieren und Ihre Strategie kontinuierlich optimieren.

Dieses Wissen befähigt Sie, in der modernen Marketinglandschaft nicht nur mitzuspielen, sondern die Regeln selbst zu gestalten, Ihre Botschaften wirkungsvoll zu verbreiten und nachhaltige, skalierbare Beziehungen zu Ihrer Zielgruppe aufzubauen.

Blogs im Marketing



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul macht Sie fit im professionellen Blog-Management. Sie lernen, wie ein Corporate Blog als zentraler Ankerpunkt im modernen Marketing strategisch geplant, aufgebaut und betrieben wird. Dabei wird besonderer Wert auf die Entwicklung zielgruppengerechter Inhalte, die Erfolgsmessung und den effizienten Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Optimierung aller Prozesse gelegt.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- **Strategie und Planung:** Ziele für ein Corporate Blog definieren, Zielgruppen mithilfe von Personas analysieren und Alleinstellungsmerkmale (USP) herausarbeiten.
- **Technische Grundlagen:** Verschiedene Blog-Systeme (z.B. WordPress) und Plattformen bewerten und die technischen Rahmenbedingungen festlegen.
- **Content-Erstellung:** Methoden zur Themenrecherche (z.B. Google Trends, Answer The Public) anwenden und Kriterien für den »perfekten« Blogbeitrag – von der Überschrift bis zum Call-to-Action – umsetzen.
- **KI im Blogging:** Künstliche Intelligenz gezielt für die Ideenfindung, Content-Erstellung (Prompt-Engineering), SEO-Optimierung und Analyse nutzen.

- **Blogmarketing und SEO:** Maßnahmen zur Steigerung der Reichweite (Seeding, Kooperationen) kennenlernen und die Auffindbarkeit in Suchmaschinen (SEO) verbessern.
- **Community Management:** Kommentare professionell moderieren, auf Kritik souverän reagieren und den Dialog zur Kundenbindung nutzen.
- **Erfolgsmessung:** Relevante Kennzahlen (KPIs) definieren und Tools wie Google Analytics und die Search Console zur Erfolgsmessung einsetzen.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Ein Corporate Blog ist heute ein fester Bestandteil des Marketings vieler Unternehmen. Es ist der zentrale Ort für »Owned Content«, über den Unternehmen die volle Kontrolle behalten, Expertise demonstrieren und nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen. In einer Welt flüchtiger Social-Media-Inhalte gewinnt ein strategisch betriebener Blog enorm an Bedeutung. Die Fähigkeit, Inhalte nicht nur zu schreiben, sondern sie mithilfe moderner KI-Tools effizient zu planen, zu erstellen und zu analysieren, ist eine entscheidende Kompetenz im digitalen Marketing.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Ein Corporate Blog von Grund auf strategisch konzipieren und in den Marketing-Mix integrieren.
- Unterschiedliche Blog-Typen (z.B. Themen-, Service- oder Karriereblogs) zielgerichtet für die Unternehmenskommunikation einsetzen.
- Hochwertige und relevante Blogbeiträge erstellen, die sowohl Leser als auch Suchmaschinen überzeugen.
- Künstliche Intelligenz als »Assistenten« nutzen, um Themen zu recherchieren, Texte zu entwerfen und Inhalte für Social Media aufzubereiten.
- Den Erfolg von Blog-Inhalten anhand von Daten messen und die Content-Strategie kontinuierlich optimieren.
- Eine aktive Community durch professionelle Moderation und Dialogförderung aufbauen und pflegen.
- Die Sichtbarkeit der Unternehmenswebsite durch gezieltes Content Marketing und SEO-Maßnahmen steigern.

Mit diesem Modul erwerben Sie das komplette Handwerkszeug, um ein Corporate Blog als leistungsstarkes Marketing-Instrument zu führen. Sie positionieren sich als Experte, der nicht nur Inhalte erstellen, sondern auch deren strategischen Wert maximieren kann – eine gefragte Fähigkeit in jeder modernen Kommunikationsabteilung.

E-Mail & Newsletter Marketing



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul vermittelt Ihnen den gesamten Prozess des professionellen E-Mail-Marketings. Sie lernen, wie Sie durch Newsletter, automatisierte Mailings und gezielte Kampagnen nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen und den Abverkauf steigern. Der Fokus liegt auf Strategie, Konzeption, rechtssicherer technischer Umsetzung und präziser Erfolgsmessung.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Eine effiziente E-Mail-Marketing-Strategie entwickeln.
- Relevante und werbewirksame E-Mails konzipieren, gestalten und texten.
- Eigene Abonnentenlisten systematisch aufbauen (Leadgenerierung).

- Segmentierung und Personalisierung zur gezielten Kundenansprache nutzen.
- Die technische Zustellbarkeit von E-Mails gewährleisten (Spamfilter-Optimierung).
- Den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Automatisierung verstehen.
- Eine passende Versandlösung (Software) auswählen.
- Den Erfolg des E-Mail-Marketings messen, kontrollieren und optimieren (KPIs, A/B-Tests).
- Die rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. DSGVO) sicher anwenden.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

E-Mail-Marketing gilt als die Marketingmethode mit dem besten Return on Investment (ROI) und ist ein zentraler Baustein im Online-Marketing-Mix. Es ist das effektivste Instrument für nachhaltiges Direktmarketing und den Aufbau einer persönlichen »One-to-One«-Beziehung zum Kunden. Modernes E-Mail-Marketing bedeutet, durch Automatisierung und Personalisierung jedem Empfänger die richtige Botschaft zur richtigen Zeit zu senden.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Ganzheitliche E-Mail-Marketing-Kampagnen selbstständig planen und durchführen.
- Qualifizierte Leads generieren und professionelles Lead Nurturing betreiben.
- Kunden durch den gesamten »Customer Lifecycle« begleiten und die Kundenbindung stärken.
- Wichtige Kommunikationsprozesse automatisieren (z. B. Willkommens-E-Mails, Reaktivierungs-Kampagnen oder Warenkorbabbruch-Mails).
- Wichtige Kennzahlen (Öffnungsrate, Klickrate, Conversionrate) analysieren und Ihre Maßnahmen datengestützt optimieren.
- Rechtssichere Anmeldeformulare und Newsletter im responsive Design erstellen.

Dieses Modul macht Sie zum Experten für das leistungsstärkste Werkzeug zur Kundenbindung und Verkaufsförderung im digitalen Marketing.

Social Media Marketing: Grundlagen & Strategie



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul bietet einen umfassenden Einstieg in das Social Media Marketing. Sie lernen die Grundlagen, verstehen die wichtigsten Plattformen wie Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn und X (vormals Twitter) und tauchen tief in die Entwicklung einer professionellen Social-Media-Strategie ein. Das Modul deckt den gesamten Prozess von der Zielsetzung über das Krisenmanagement bis hin zu den rechtlichen Rahmenbedingungen und dem Einsatz von KI ab.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Definitionen sowie Chancen und Herausforderungen des Social Media Marketings für Unternehmen.
- Vorstellung typischer Berufsbilder (z.B. Social Media Manager, Community Manager, Content Creator).
- Analyse der fünf international relevanten Plattformen (Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn) und ihrer Algorithmen.
- Entwicklung einer Social-Media-Strategie nach dem Dreiphasenmodell (Analyse, Umsetzung, Optimierung).
- Definition von Zielen nach der SMART-Methode.

- Unterscheidung von Metriken und Leistungskennzahlen (KPIs) zur Erfolgsmessung.
- Strategien für den Umgang mit negativer Kritik und Krisen (Krisenmanagement).
- Überblick über wichtige Tools für Management, Controlling und Contenterstellung.
- Grundlagen des Social Media Rechts (u.a. DSA, DMA, DSGVO, Urheberrecht, Impressumspflicht, Werbekennzeichnung).
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Effizienzsteigerung in der Content-Planung, -Erstellung und -Analyse.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

In der heutigen digitalen Landschaft ist eine professionelle Social-Media-Präsenz für Unternehmen unverzichtbar. Dieses Modul vermittelt Ihnen nicht nur theoretisches Wissen, sondern vor allem praxisnahe Fähigkeiten, um Social-Media-Aktivitäten strategisch zu planen, umzusetzen und messbar zum Unternehmenserfolg beizutragen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Eine vollständige Social-Media-Strategie von der Analyse bis zur Optimierung entwickeln.
- Zielgruppen präzise definieren (z.B. mittels Personas) und fundierte Wettbewerbsanalysen durchführen.
- Die passenden Social-Media-Plattformen für spezifische Unternehmensziele auswählen.
- Inhalte (Content) strategisch planen und in einem Redaktionsplan organisieren.
- Den Erfolg Ihrer Maßnahmen anhand relevanter KPIs messen, analysieren und reporten.
- Souverän mit negativem Feedback und Krisensituationen umgehen und einen Krisenplan erstellen.
- Rechtssichere Social-Media-Auftritte gestalten und die häufigsten Abmahnfallen (z.B. Musikknutzung, Influencer-Kennzeichnung) vermeiden.
- KI-Tools gezielt zur Erstellung von Textvarianten, zur Wettbewerbsanalyse und zur Auswertung von Performance-Daten nutzen.
- Communities professionell managen und den Dialog mit den Zielgruppen fördern.

Dieses Modul qualifiziert Sie zur zentralen Ansprechperson für Social Media in Ihrem Unternehmen und befähigt Sie, den digitalen Auftritt professionell zu steuern und nachhaltig erfolgreich zu machen.

Social-Media-Plattformen



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul vermittelt Ihnen das praxisnahe Wissen, um die wichtigsten Social-Media-Plattformen – Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn und YouTube – erfolgreich für Ihr organisches Marketing zu nutzen. Sie lernen, wie Sie diese Kanäle strategisch für Ihre Unternehmensziele einsetzen, ohne dabei auf bezahlte Werbung angewiesen zu sein.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- **Plattform-Analyse:** Detaillierte Beschreibung der Ausprägungen, Anwendungsgebiete und Demografie von Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn und YouTube.
- **Funktionsweise der Algorithmen:** Verstehen, wie die Algorithmen der einzelnen Plattformen (z. B. der »Content Graph« von TikTok vs. der »Social Graph« von Instagram) funktionieren und wie Sie dieses Wissen strategisch nutzen.

- **Organische Formate:** Kennenlernen der verfügbaren Beitragsformate (Text, Bild, Video, Reels, Stories) und deren optimale Gestaltung für organische Reichweite.
- **Zielgruppenspezifische Nutzung:** Identifizieren, welche Plattformen sich für welche Zielgruppen (B2C und B2B) am besten eignen und wie die Tonalität anzupassen ist.
- **Praxisbeispiele und Best Practices:** Analyse erfolgreicher organischer Postings von B2C- und B2B-Unternehmen auf allen sechs Plattformen.
- **KI-Content-Erstellung:** Einsatz von KI-Tools (wie ChatGPT oder Deep AI) zur Erstellung von Texten und Bildern für Social-Media-Postings, inklusive wichtiger Dos und Don'ts.
- **Praktische Anwendung:** Üben der Post-Gestaltung mit sogenannten Mockup-Tools.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Ein tiefes Verständnis für organisches Social Media Marketing ist heute unerlässlich, um in der Unternehmenskommunikation erfolgreich zu sein. Dieses Wissen ermöglicht es Ihnen, den direkten Kontakt zu Ihren Zielgruppen aufzubauen und die Kundenbindung an Ihre Marke nachhaltig zu stärken, oft mit effizienterem Ressourceneinsatz als bei bezahlter Werbung.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Fundierte Plattform-Entscheidungen treffen und die Kanäle auswählen, auf denen sich Ihre Zielgruppe tatsächlich aufhält.
- Zielgruppengerechte Inhalte (Posts, Bilder, Videos) für B2C- und B2B-Szenarien entwerfen und gestalten.
- Die Tonalität und den Stil der jeweiligen Plattform (z. B. »Entertainment« auf TikTok vs. »Ästhetik« auf Instagram) korrekt anwenden.
- Strategien entwickeln, um die organische Reichweite durch das Verständnis der Plattform-Algorithmen zu erhöhen.
- Effizient KI-Tools nutzen, um den Prozess der Content-Erstellung für Bilder und Texte zu unterstützen und zu beschleunigen.
- Organische Kampagnen auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. operativ umsetzen und Best Practices anwenden.

Nach diesem Modul sind Sie in der Lage, für Unternehmen eine fundierte, organische Social-Media-Strategie für die sechs wichtigsten Plattformen zu entwickeln und operativ umzusetzen. Sie können Inhalte erstellen, die nicht nur gesehen werden, sondern auch zur Interaktion anregen und die Community nachhaltig binden.

Social-Media-Werbung



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul bietet Ihnen einen umfassenden Einstieg in die Welt der bezahlten Werbung auf Social-Media-Plattformen. Sie lernen praxisnah, wie Sie Werbekampagnen auf den wichtigsten Kanälen von Grund auf konzipieren, rechtssicher aufsetzen und gezielt an Ihre Wunschzielgruppe ausspielen. Der Kurs deckt die Werbesysteme von Facebook, Instagram, LinkedIn, X und YouTube ab.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Definition und strategische Bedeutung von »Social Ads« im Online-Marketing-Mix.

- Einrichtung der professionellen Kontostrukturen: Von der Facebook-Unternehmensseite über den Instagram-Business-Account bis hin zur LinkedIn-Unternehmensseite und dem YouTube-Kanal.
- Detaillierte Einarbeitung in die zentralen Werbetoole: Den Meta Werbeanzeigenmanager (für Facebook & Instagram), den Google Ads-Manager (für YouTube), den LinkedIn Kampagnenmanager und X Ads.
- Verständnis der Auktionsmodelle, Gebotsstrategien (z. B. PPC, CPM, CPV) und der Kriterien zur Bewertung der Anzeigenqualität.
- Definition von Marketingzielen (Awareness, Consideration, Conversion) und Auswahl der passenden Kampagnentypen.
- Methoden zur präzisen Zielgruppendefinition (Targeting) auf jeder Plattform, inklusive demografischer Merkmale, Interessen, Verhaltensweisen, Keywords und »Follower-Lookalikes«.
- Kenntnis der verschiedenen Anzeigenformate wie Single Image/Video Ads, Carousel Ads, Sponsored Content und In-Stream-Videoanzeigen.
- Praktische Kampagnenerstellung anhand eines Fallbeispiels (»Deko10«) zur Generierung von »Traffic« oder »Engagement«.
- Rechtliche Rahmenbedingungen für die gewerbliche Nutzung, insbesondere Impressums- und Datenschutzpflichten.
- Nutzung von Mockup-Tools zur Anzeigengestaltung und der Werbebibliotheken (Ad Libraries) zur Wettbewerbsanalyse.
- Einsatz von KI-Tools zur Ideenfindung für Targeting-Optionen und zur Erstellung von Anzeigentexten.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Organische Reichweite in sozialen Netzwerken reicht oft nicht mehr aus, um Unternehmensziele zu erreichen. Die Fähigkeit, bezahlte Werbekampagnen effizient zu steuern, ist daher eine Kernkompetenz im modernen Marketing. Dieses Modul vermittelt Ihnen das nötige Handwerkszeug, um Budgets gezielt einzusetzen, Streuverluste zu minimieren und Ihre spezifischen Zielgruppen direkt anzusprechen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Eigenständig Social-Media-Werbestrategien für B2C- und B2B-Unternehmen entwickeln und umsetzen.
- Kampagnen in den wichtigsten Werbeanzeigenmanagern (Meta, Google, LinkedIn) souverän anlegen, verwalten und optimieren.
- Zielgerichtete Werbeanzeigen auf Facebook und Instagram schalten, um den Website-Traffic zu steigern oder Interaktionen zu fördern.
- Professionelle Videokampagnen auf YouTube konzipieren und über Google Ads aussteuern.
- LinkedIn-Anzeigen nutzen, um spezifische berufliche Zielgruppen nach Branche, Unternehmensgröße oder Karrierestufe zu erreichen.
- Kampagnen auf X (vormals Twitter) und TikTok planen und aufsetzen.
- Streuverluste drastisch reduzieren, indem Sie detaillierte Targeting-Optionen und Zielgruppen-Eingrenzungen nutzen.
- Ihre kommerziellen Social-Media-Profile rechtssicher gestalten und betreiben.
- Überzeugende Anzeigen für verschiedene Platzierungen (Feed, Stories, Reels etc.) entwerfen und deren Wirkung vorab in Mockup-Tools testen.

Nach diesem Modul sind Sie in der Lage, erfolgreiche Werbekampagnen auf den fünf großen Plattformen selbstständig zu planen und durchzuführen. Sie verstehen, wie Sie Ihr Budget effektiv einsetzen, um die Sichtbarkeit Ihrer Marke zu erhöhen und messbare Ergebnisse zu erzielen.



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul zeigt Ihnen, wie Sie Botschaften entwickeln, die sich »wie ein Virus« verbreiten. Sie lernen die Grundlagen des viralen Marketings kennen und grenzen es von verwandten Formen wie Guerilla- oder Buzz-Marketing ab. Im Zentrum stehen die Psychologie des Teilens und die wirkungsvolle Methode des Storytellings.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Definition des viralen Marketings (aktiv vs. passiv) und Abgrenzung zu Mundpropaganda, Buzz- und Guerilla-Marketing.
- Die Psychologie des Teilens: Emotionen, Motivationen und Bedürfnisse der Zielgruppe verstehen.
- Anwendung der sechs Prinzipien von Jonah Berger (STEPPS) für ansteckende Inhalte.
- Meisterung der Storytelling-Grundlagen: Die Drei-Akte-Struktur, Heldenentwicklung und der Aufbau eines Spannungsbogens.
- Die Rolle von Hormonen (Dopamin, Oxytocin) bei der Aufnahme von Geschichten verstehen.
- Analyse von Erfolgsfaktoren und Identifizierung von Risiken viraler Kampagnen (z. B. Shitstorms, rechtliche Fallstricke).
- Anwendung des Dreiphasenmodells zur Planung, Umsetzung und Überprüfung einer viralen Kampagne.
- Strategisches »Seeding« (einfach und erweitert) und die Identifizierung und Zusammenarbeit mit Influencern.
- Nutzung von Recherche-Tools, einschließlich KI, für Trendscouting und Ideenfindung.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

In der heutigen Informationsflut ist traditionelle Werbung teuer und wird oft ignoriert. Virales Marketing ist die Lösung, um aus der Masse herauszustechen. Dieses Modul gibt Ihnen die psychologischen und strategischen Werkzeuge an die Hand, um Inhalte zu kreieren, die Menschen freiwillig teilen *wollen*.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Eine komplette virale Marketingkampagne von der Idee bis zur Erfolgskontrolle konzipieren.
- Überzeugende Storylines entwickeln, die eine emotionale Bindung zur Zielgruppe aufbauen.
- Psychologische Trigger gezielt einsetzen, um die Wahrscheinlichkeit des Teilens zu erhöhen.
- Aktuelle Trends und Memes identifizieren und auf ihre Eignung für die eigene Marke prüfen.
- Inhalte strategisch »seeden« und die passenden Influencer für maximale Reichweite aktivieren.
- Die Risiken von Kampagnen besser einschätzen und auf negatives Feedback souverän reagieren.
- Effektive Prompts für KI-Tools erstellen, um die kreative Entwicklung zu beschleunigen.

Dieses Wissen ist Ihr Schlüssel, um Ihre Zielgruppe zu Markenbotschaftern zu machen. Sie erlernen die »Königdisziplin« des modernen Marketings: kosteneffiziente Kampagnen, die organische Reichweite erzeugen und nachhaltig im Gedächtnis bleiben.



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul bietet Ihnen einen umfassenden Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Sie lernen detailliert, wie die marktführende Suchmaschine Google aufgebaut ist, wie ihre Ranking-Algorithmen funktionieren und welche Faktoren über die Sichtbarkeit einer Webseite entscheiden. Der Kurs führt Sie durch den gesamten SEO-Prozess – von der Keyword-Analyse über die Content-Erstellung und technische Optimierung bis hin zum Backlink-Management und der Erfolgskontrolle.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Architektur und Funktionsweise von Google, inklusive der Unterschiede zwischen Signalen, Rankingfaktoren und Rankingsystemen.
- Die Rolle der Künstlichen Intelligenz (KI) in der Suche, inklusive AI Overviews und AI Mode.
- Grundlagen der Generative Engine Optimization (GEO) zur Optimierung für KI-Antwortmaschinen.
- Alle Schritte des SEO-Prozesses, von der Zieldefinition bis zur Erfolgskontrolle mittels Ranktracking.
- Durchführung einer umfassenden Keyword-Analyse zur Ermittlung relevanter Suchbegriffe.
- Entwicklung einer SEO-Content-Strategie und Optimierung von Inhalten.
- Technische Webpage-Optimierung, On-Site-, Server- und Domain-Optimierung.
- Semantische Optimierung durch strukturierte Daten mittels schema.org und JSON-LD.
- Analyse der User Page Experience, insbesondere der Core-Web-Vitals-Signale mit Tools wie PageSpeed Insights.
- Planung und Implementierung eines professionellen Backlink-Managements und Verständnis des PageRank-Verfahrens.
- Spezialdisziplinen wie Local SEO und die Optimierung von Online-Shops (Shop SEO).

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Suchmaschinen werden in jeder Phase des Kaufprozesses genutzt und beeinflussen Kaufentscheidungen maßgeblich. Wer bei Google nicht auf den vorderen Rängen gefunden wird, hat im Wettbewerb kaum eine Chance. Dieses Wissen ist daher für viele Unternehmen ein kritischer Erfolgsfaktor geworden, um sich im Web gegen die Konkurrenz durchzusetzen und von der eigenen Zielgruppe gefunden zu werden.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Webseiten strategisch planen und nachhaltig auf die vordersten Plätze der Google-Suchergebnisseiten bringen.
- Eine fundierte Keyword-Recherche durchführen, um die Suchintention potenzieller Kunden zu verstehen.
- Inhalte erstellen, die sowohl von Besuchern als auch von Suchmaschinen als hochwertig und relevant eingestuft werden.
- Professionelles Backlink-Management betreiben und Google Penalties erkennen bzw. beheben.
- Webseiten technisch und semantisch (JSON-LD) so optimieren, dass sie von Google besser verstanden werden.
- Die Nutzererfahrung (User Page Experience) anhand messbarer Signale analysieren und verbessern.
- Ihre Inhalte so optimieren, dass sie als zitierte Quelle für KI-Antworten (AI Overviews) dienen.

- Online-Shops und lokale Unternehmensprofile gezielt für eine bessere Sichtbarkeit optimieren.

Sie erwerben die zentrale Kompetenz, die organische Sichtbarkeit von Webseiten signifikant zu steigern. Dadurch können Sie mehr Interessenten auf Ihre Angebote leiten, neue Kunden gewinnen und den wirtschaftlichen Erfolg im Web maßgeblich positiv beeinflussen.

Pay-Per-Click (PPC)-Werbung



Was lerne ich in diesem Modul?

In diesem Modul lernen Sie die wesentlichen Mechanismen des Pay-per-Click (PPC) Marketings kennen, vorgestellt am Beispiel von Google Ads. Sie verstehen, wie diese zentrale Disziplin des Performance Marketings funktioniert – von den Auktionsprinzipien und der Keyword-Recherche bis hin zur strategischen Kampagnensteuerung und Erfolgsmessung.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Vorteile von PPC-Werbung und Suchmaschinenmarketing (SEM).
- Analyse des Kaufprozesses mittels Customer Journey und Search Funnel.
- Bedeutung der Suchintention für die Keyword-Auswahl und Anzeigenerstellung.
- Durchführung von Keyword-Recherchen (z. B. mit dem Google Ads Keyword Planner) und Anwendung verschiedener Keyword-Optionen.
- Funktionsweise der Google-Ads-Auktion, des Qualitätsfaktors und gängiger Abrechnungsmodelle (z. B. CPC, CPM, CPA).
- Strukturierung von Google-Ads-Konten, Erstellung von Anzeigengruppen und Verfassen effektiver Anzeigen.
- Gestaltung und Optimierung von Landingpages zur Steigerung der Conversion-Rate.
- Aufbau und Steuerung von Kampagnen im Google Suchnetzwerk und Displaynetzwerk.
- Einrichtung von Conversion-Tracking zur Erfolgsmessung.
- Überblick über weitere wichtige PPC-Plattformen wie Microsoft Advertising, Facebook Ads und Amazon Ads.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

PPC-Werbung ist eine transformative Kraft im Online-Marketing. Sie ermöglicht es Unternehmen, potenzielle Kunden genau in dem Augenblick zu erreichen, wenn diese online nach Lösungen suchen. Mit diesen Fähigkeiten können Sie Werbebudgets präzise steuern, Streuverluste minimieren und schnell messbare Erfolge erzielen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- PPC-Kampagnen strategisch entlang der Customer Journey entwerfen, um Kunden in jeder Phase anzusprechen.
- Keyword-Recherchen professionell durchführen und die Ergebnisse nach Suchintention strukturieren.
- Ein Google-Ads-Konto von Grund auf einrichten, strukturieren und Ihre erste Kampagne erstellen.
- Effektive Anzeigen für das Such- und Displaynetzwerk texten und gestalten.
- Erfolgreiche Landingpages konzipieren, die auf die Suchintention abgestimmt sind und die Conversion-Rate erhöhen.
- Wichtige Kennzahlen (KPIs) wie CTR, RoAS und den Qualitätsfaktor interpretieren und zur Kampagnenoptimierung nutzen.
- Conversion-Tracking datenschutzkonform einrichten, um den Erfolg Ihrer Maßnahmen exakt zu messen.

- Google-Shopping-Kampagnen inklusive Produktfeeds aufsetzen.
- Die gelernten Grundlagen auf andere PPC-Plattformen wie Amazon Ads oder Facebook Ads übertragen.

Dieses Modul vermittelt Ihnen eine der gefragtesten Kompetenzen im Performance Marketing. Sie sind anschließend in der Lage, bezahlte Werbekampagnen fundiert zu planen, erfolgreich umzusetzen und kontinuierlich zu optimieren.

Web Analytics ^



Was lerne ich in diesem Modul?

In diesem Modul tauchen Sie tief in die Webanalyse ein, die unverzichtbare Methode zur Erfolgsmessung von Websites. Sie lernen die Grundlagen von Logfile-Analysen, Page-Tagging und Cookies kennen. Der Schwerpunkt liegt auf der praktischen Anwendung von Google Analytics 4 (GA4), wobei der datenschutzkonforme Einsatz gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) eine zentrale Rolle spielt.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Definition, Ziele und Anwendungsgebiete der Webanalyse.
- Aufgaben und Kompetenzen eines Webanalysten.
- Grundlagen der Datenerfassung: Server-Logfiles, Page-Tagging-Verfahren und die Rolle von Cookies (First-Party vs. Third-Party).
- Wichtige Datenschutzanforderungen nach DSGVO beim Einsatz von Analysetools, inklusive Einwilligungsmanagement und Consent Mode.
- Einrichtung und datenschutzkonforme Implementierung von Google Analytics 4 (GA4).
- Überprüfung und Testen von Tracking-Codes, inklusive Nutzung des Debug-Modus.
- Analyse von Zielgruppen, Segmenten und Metriken in den Echtzeit- und Lebenszyklus-Berichten von GA4 (u. a. Engagement-Berichte).
- Untersuchung der Besucherherkunft (Akquisitionsberichte).
- Einrichtung, Test und Analyse von Events und Conversions (Key Events).
- Grundlagen, Aufbau und Implementierung des E-Commerce-Trackings samt Auswertung im Monetarisierungsbericht.
- Analyse von Websites zur Erstellung von Tracking-Konzepten sowie Implementierungs- und Fehlerbehebungsplänen.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Professionelle Webanalyse ist der Schlüssel, um den Erfolg von Online-Präsenzen messbar zu machen und Websites zur »Höchstform« auflaufen zu lassen. Ohne die systematische Untersuchung des Nutzerverhaltens bleiben Potenziale ungenutzt und Schwachstellen unerkannt. Dieses Modul vermittelt Ihnen das praxisnahe Rüstzeug, um datenbasierte Entscheidungen für Ihr Online-Marketing zu treffen.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Den Erfolg von Websites und Online-Marketing-Kampagnen systematisch messen und kontrollieren.
- Google Analytics 4 (GA4) fachgerecht, datenschutzkonform (DSGVO-konform) und mit korrektem Einwilligungsmanagement in eine Website integrieren.
- Das Nutzerverhalten analysieren, um Schwachstellen und ungenutzte Potenziale Ihrer Website aufzudecken.

- Wichtige Nutzerinteraktionen durch individuelles Event- und Conversion-Tracking messbar machen.
- Den Erfolg von Onlineshops mittels E-Commerce-Tracking detailliert analysieren.
- Aussagekräftige Analysen zu Besucherherkunft (Akquisition) und Zielgruppen durchführen.
- Tracking-Implementierungspläne und Fehleranalysen (Debugging) für Entwickler erstellen und umsetzen.

Als Webanalyst oder verantwortlicher Online-Marketer werden Sie in die Lage versetzt, den vollen Nutzen aus Ihren Webanalyse-Daten zu ziehen, die Effizienz Ihrer Maßnahmen zu steigern und einen entscheidenden Beitrag zum digitalen Unternehmenserfolg zu leisten.

Web Analytics via Google Tag Manager ^



Was lerne ich in diesem Modul?

Dieses Modul bietet Ihnen eine umfassende Einführung in den Google Tag Manager (GTM). Sie lernen, wie der GTM aufgebaut ist, welche Vorteile er für die Webanalyse bietet und wie Sie ihn nutzen, um das Tracking für Google Analytics 4 (GA4) professionell einzurichten und zu verwalten. Der Fokus liegt auf der praktischen Implementierung, vom Standard-Seitenaufruf-Tracking bis hin zum benutzerdefinierten Event-Tracking.

Die wesentlichen Lerninhalte umfassen:

- Die grundlegenden Funktionen, Vorteile und die Struktur (Konto, Container, Arbeitsbereiche) des Google Tag Managers verstehen.
- Den GTM-Containercode korrekt auf einer Webseite implementieren.
- Ein Standardtracking (Pageview) für Google Analytics 4 über den GTM einrichten.
- Verstehen, warum GA4 keine IP-Adressen speichert und weshalb der aus Universal Analytics stammende Parameter »anonymize_ip« in GA4 keine Funktion mehr hat.
- Benutzerdefiniertes Event-Tracking (z. B. für Link-Klicks oder Downloads) mithilfe von GTM-Tags, Triggern und Variablen (wie »Click URL« oder »Click ID«) aufsetzen.
- Den GTM Consent Mode verstehen und aktivieren, um Datenschutzerfordernungen (DSGVO) zu erfüllen.
- Wesentliche Methoden zum Testen und Debugging von Tracking-Setups kennenlernen.
- Den HTTP-Datenverkehr (Zählpixel, Kollektor-Anfragen) mit Browser-Entwicklertools analysieren, um Fehler zu identifizieren und zu beheben.

Warum ist das relevant für mich und was kann ich damit anfangen?

Der Google Tag Manager ist das zentrale Werkzeug für eine moderne Webanalyse. Durch die Bündelung von Trackingcodes in einem »Wrapper« reduzieren Sie die Komplexität und Fehleranfälligkeit Ihrer Tracking-Implementierung erheblich. Statt für jede Anpassung (z. B. für Google Ads oder GA4) in den Quellcode der Webseite eingreifen zu müssen, verwalten Sie alle Tracking-»Tags« flexibel über die GTM-Benutzeroberfläche. Das spart Zeit, senkt Entwicklungskosten und ermöglicht es Marketern, schnell auf neue Anforderungen zu reagieren.

Mit dem Wissen aus diesem Modul können Sie:

- Ein vollständiges Google Analytics 4 Tracking-Setup eigenständig mittels GTM auf einer Webseite implementieren.

- Trackingcodes verschiedener Anbieter (z. B. Google Analytics, Google Ads) zentral und ohne Entwicklungsaufwand verwalten und konfigurieren.
- Spezifische Nutzerinteraktionen (Events) wie Klicks auf Buttons, Formularabsendungen oder Downloads als Conversions definieren und messen.
- Tracking-Setups vor der Veröffentlichung (mittels Vorschaumodus) und im Live-Betrieb (mittels Debugging-Tools) systematisch testen.
- Netzwerk-Anfragen (Payloads, Statuscodes) analysieren, um die korrekte Übermittlung der Tracking-Daten an die Analytics-Kollektoren sicherzustellen.
- Die Einhaltung von Datenschutzrichtlinien in Ihrer Tracking-Konfiguration durch die korrekte Implementierung des Consent Mode gewährleisten.

Dieses Modul befähigt Sie, die Kontrolle über Ihre Webanalyse-Daten zu übernehmen, Ihr Tracking zu flexibilisieren und die Datenqualität sicherzustellen – eine essenzielle Fähigkeit für jeden, der professionell mit Webseiten-Daten und Online-Marketing arbeitet.

Nach dem Kurs können Sie:

- ✓ fundierte Online-Marketing-Strategien entwickeln, die auf präzisen Markt-, Wettbewerbs- und Zielgruppenanalysen basieren.
- ✓ Websites technisch und inhaltlich für Top-Rankings in Suchmaschinen optimieren, um nachhaltig qualifizierten Traffic zu generieren.
- ✓ mithilfe psychologischer Kenntnisse die Konversionsraten steigern, indem Sie Nutzer gezielt durch den Kaufprozess führen.
- ✓ leistungsstarke Werbekampagnen auf Plattformen wie Google, Meta und LinkedIn konzipieren, steuern und deren Erfolg am Return on Investment (ROI) messen.
- ✓ zielgruppengerechte Content- und Social-Media-Strategien umsetzen, um die Markenbekanntheit zu steigern und eine loyale Community aufzubauen.
- ✓ durch automatisiertes und personalisiertes E-Mail-Marketing die Kundenbindung festigen und den Abverkauf direkt fördern.
- ✓ den Erfolg digitaler Maßnahmen mit Webanalyse-Tools wie Google Analytics 4 datengestützt auswerten und daraus konkrete Handlungsempfehlungen ableiten.
- ✓ Künstliche Intelligenz (KI) effizient einsetzen, um die Erstellung von Inhalten zu beschleunigen und Marketingprozesse zu optimieren.
- ✓ virale Kampagnen und emotionales Storytelling nutzen, um eine hohe organische Reichweite und eine starke Markenbindung zu erzielen.
- ✓ Tracking-Setups mit dem Google Tag Manager flexibel und unabhängig von der IT-Abteilung verwalten, um eine hohe Datenqualität zu sichern.
- ✓ alle Marketingaktivitäten rechtssicher nach aktuellen Vorgaben (DSGVO, Urheberrecht) gestalten und so kostspielige Risiken für das Unternehmen minimieren.
- ✓ als kompetenter Ansprechpartner alle zentralen Online-Marketing-Disziplinen überblicken und deren Zusammenspiel strategisch für den Unternehmenserfolg koordinieren.

So einfach funktioniert Ihr Online-Fernkurs

Perfekte Kombination aus 100% Flexibilität und persönlicher Betreuung



100% Online & Flexibel

Lernen Sie wann und wo Sie wollen, in Ihrem eigenen Tempo. Der Kurs ist perfekt auf Ihren Alltag abgestimmt. Das gesamte Lernmaterial steht Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Es entstehen keinerlei Reisekosten und kein Reisetress.



Persönliche Tutoren

Sie sind nicht allein! Unsere erfahrenen Dozent:innen unterstützen Sie persönlich bei allen fachlichen Fragen. Asynchron oder synchron im Chat oder auch in einem 1:1 Video-Meeting. Wir beantworten Ihre Fragen zeitnah, meistens noch am selben Tag.



Interaktive Lernplattform

Über unseren [modernen Online-Campus](#) greifen Sie auf alle Lernmaterialien zu und tauschen sich mit Ihren Tutor:innen und anderen Kursteilnehmer:innen aus.



Staatlich geprüft und zugelassen

Der Fernkurs ist – wie gesetzlich vorgeschrieben – staatlich geprüft und zugelassen durch die staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU).
Zulassungsnummer: 7253612c (Modularer Fernlehrgang Web- und Medieninformatik)

Lernen Sie von echten Branchen-Expert:innen

Unsere Kursentwickler:innen und Tutor:innen sind erfahrene Fachexperten mit jahrelanger Praxiserfahrung.



Dr. Thorsten
Schneider



Robert von Heeren



Dr. Ulrike Walter

Ihre Investition in die Zukunft

Nutzen Sie attraktive staatliche Fördermöglichkeiten, um Kosten zu reduzieren.

100% gefördert mit Bildungsgutschein

Für Arbeitsuchende ist dieser Kurs komplett kostenlos. So einfach geht's:

- 1 Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Beratungsgespräch.
- 2 Wir erstellen ein passendes Angebot für die Agentur für Arbeit oder das Jobcenter.
- 3 Nach Genehmigung Ihres Bildungsgutscheins können Sie sofort starten.

[Hilfe bei der Beantragung](#)

Förderung für Unternehmen & Selbstständige

Investieren Sie in die Kompetenzen Ihres Teams oder in Ihr eigenes Geschäft und profitieren Sie von staatlichen Zuschüssen. Je nach Bundesland und Unternehmensgröße sind Förderungen von bis zu 80% der Kursgebühren möglich.

Wir beraten Sie gerne unverbindlich zu Programmen wie dem Qualifizierungschancengesetz oder regionalen Förderinitiativen.

[Alle Fördermöglichkeiten ansehen](#)

Flexible Durchführungswege für Ihren Erfolg

Wählen Sie die Lernform, die am besten zu Ihnen und Ihren Zielen passt.

Staatlich zugelassener Fernkurs: Online buchen und sofort starten

Lernen Sie zeitlich und örtlich flexibel in Ihrem eigenen Tempo. Erhalten Sie persönlichen Support durch unsere Tutorinnen und Tutoren. Ideal für eine berufsbegleitende oder auch eine Vollzeit-Weiterbildung, die Sie perfekt in Ihren Alltag integrieren können. Buchen Sie den Fernkurs mit sofortigem Start gleich hier online.

Live-Online-Seminar für Unternehmenskunden

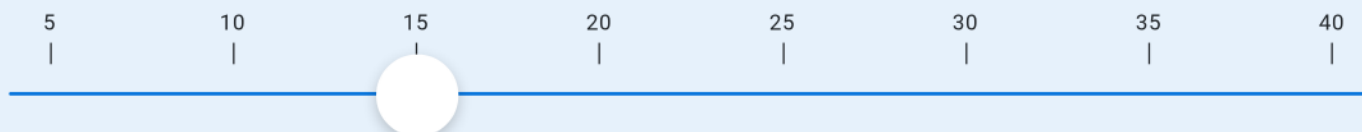
Maßgeschneiderte Online-Schulungen für Ihr Team, live im Virtual Classroom zu Ihrem Wunschtermin. Wir passen Inhalte und Zeitplan an Ihre Bedürfnisse an. Profitieren Sie von interaktiver Gruppendynamik, während Ihre Mitarbeitenden bequem vom Büro, Homeoffice oder von unterwegs teilnehmen. [Bitte kontaktieren Sie uns für ein individuelles Angebot.](#)

Inhouse-Präsenzseminar für Unternehmenskunden

Maßgeschneiderte Schulungen direkt in Ihrem Unternehmen. Wir passen Inhalte und Zeitpläne genau an Ihre Bedürfnisse an. Perfekt für Teams, die gemeinsam neue Fähigkeiten erwerben oder vertiefen möchten. Die Schulung findet in Ihrer gewohnten Arbeitsumgebung statt und fördert den direkten Austausch. [Bitte kontaktieren Sie uns für ein individuelles Angebot.](#)

Kursdauer

Schätzen Sie hier die Stunden pro Woche, die Ihnen voraussichtlich zum Lernen zur Verfügung stehen. Daraus ergeben sich die Gesamtdauer des Kurses und die Höhe der monatlichen Raten.



☐ Unterrichtseinheiten (45 min) anstatt Zeitstunden anzeigen

15 Stunden pro Woche

Dauer ca. **8 Monate, 2 Wochen**

Monatl. Studienrate: **8 × 466,88 €**

Für Selbstzahler & Unternehmen

Investieren Sie direkt in Ihre Kompetenzen.

~~4.980,00 €~~ **3.735,00 €** Ratenzahlung möglich

Der Kurs ist von der Umsatzsteuer befreit.

Was unsere Absolvent:innen sagen

Authentische Erfolgsgeschichten aus erster Hand.



Ich hatte vorher nur Inselwissen in Social Media. Dieser Kurs war der Game-Changer! Endlich verstehe ich, wie SEO, SEA und Content Marketing strategisch zusammenspielen. Die Module zu Verkaufspsychologie und Google Analytics haben mir das Gesamtbild gezeigt.

– Juliane Z.



Keine trockene Theorie! Wir haben gelernt, echte Kampagnen zu planen und Google Analytics richtig zu lesen. Besonders das Modul zur KI im Content Marketing war topaktuell. Ich habe jetzt anwendbares Wissen, das sofort im Job gefragt war.

– Detlev B.



Die Tiefe dieser Weiterbildung ist beeindruckend. Es geht nicht nur um 'Tools bedienen', sondern um echte Strategieentwicklung. Die Kombination aus Verkaufspsychologie und datenbasierter Analyse ist Gold wert. Ich fühle mich perfekt für den Markt vorbereitet.

– Amira V.

Ihr offizieller Abschluss: Diploma in Digital Marketing (WPI)

Nach erfolgreichem Kursabschluss erhalten Sie ein qualifiziertes Abschlusszeugnis der Webmasters Fernakademie sowie das international gültige Zertifikat des Web Professional Institute (WPI), das Ihre erworbenen Fähigkeiten detailliert nachweist.

Das [Web Professional Institute \(WPI\)](#) ist eine internationale Organisation, die weltweit anerkannte Standards für digitale Berufe entwickelt. Eine WPI-Zertifizierung ist Ihr offizieller Nachweis für professionelles Fachwissen auf internationalem Niveau.

Ihre Karriereaussichten

Als Zertifizierte:r Online-Marketing-Berater:in sind Sie auf dem Arbeitsmarkt gefragter denn je. Bringen Sie wertvolles Know-how in Ihr Unternehmen ein und wirken Sie mit bei der Entwicklung und Umsetzung der passenden Online-Marketing-Strategie oder nutzen Sie das erworbene Wissen für Ihr eigenes Unternehmen oder Ihre selbstständige Tätigkeit.

Weiterführende Qualifizierungen

Dieser Kurs ist der erste Baustein in unserer umfassenden Weiterbildung zum/zur [Zertifizierten Web- und Medieninformatiker:in](#) mit dem Abschluss **Diploma in Web Engineering (WPI)**, das Sie sich auch schrittweise erarbeiten können durch die Teilnahme an den einzelnen Weiterbildungen.

Häufig gestellte Fragen

An wen richtet sich diese Weiterbildung?



Diese Weiterbildung ist ideal für Einsteiger, Quereinsteiger, Selbstständige und Marketing-Mitarbeiter ist, die ihre Online-Kompetenzen aufbauen oder professionalisieren möchten.

Welche Vorkenntnisse benötige ich?



Für den Weiterbildungskurs zum "Online-Marketing-Berater" sind in der Regel keine tiefgehenden Vorkenntnisse erforderlich, da die Inhalte grundlegend eingeführt werden. Jedoch profitieren Sie als Teilnehmer:in von bestimmten Basiskompetenzen, die das Lernen erleichtern und den Praxistransfer beschleunigen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Computer- und Internetkenntnisse

Sie sollten mit der grundlegenden Bedienung eines Computers, eines Webbrowsers und gängiger Bürosoftware (z. B. zur Texterstellung und für Präsentationen) vertraut sein. Dazu gehört auch die Fähigkeit, sich sicher im Internet zu bewegen, Informationen zu recherchieren und Online-Kommunikationsmittel wie E-Mail zu nutzen.

Marketing-Grundverständnis

Ein grundlegendes Verständnis davon, was Marketing ist und welche Ziele es verfolgt, ist hilfreich. Teilnehmer:innen, die bereits wissen, was eine Zielgruppe ist oder was ein Markenimage ausmacht, können die spezifischen Online-Strategien schneller einordnen. Praktische Erfahrungen, sei es aus einem eigenen kleinen Unternehmen oder aus einer Anstellung, sind hierbei von Vorteil, aber keine Bedingung.

Interesse an Online-Marketing-Strategie und allen relevanten Online-Marketing-Kanälen

Ein grundlegendes Interesse an menschlichem Verhalten und Kaufentscheidungen sowie die Bereitschaft, sich mit rechtlichen Rahmenbedingungen auseinanderzusetzen, sind wichtig. Die Neugierde, zu verstehen, warum Menschen online kaufen und welche rechtlichen »Spielregeln« dabei gelten, fördert den Lernerfolg erheblich.

Kommunikative Fähigkeiten

Gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift sind essenziell, um die Kursinhalte zu verstehen und später Marketing-Texte oder rechtssichere Formulierungen erstellen zu können. Grundlegende Englischkenntnisse sind ebenfalls von Vorteil, da viele Fachbegriffe und Tools im Online-Marketing aus dem Englischen stammen.

Kann ich den Kurs kostenlos testen?



Ja, wir bieten einen kostenlosen Probezeitraum von zwei Wochen an, in dem Sie sich selbst von der Aktualität und Qualität des Kurses überzeugen können. Innerhalb dieses Zeitraums können Sie ohne Angaben von Gründen kostenlos von dem Kurs zurücktreten. Erst nach Ende dieses zweiwöchigen Zeitraums zahlen Sie die erste Kursrate bequem per Überweisung. Aber auch danach können Sie jederzeit mit einer Frist von vier Wochen kündigen. Sie gehen also mit einem Fernkurs bei uns niemals ein hohes finanzielles Risiko ein.

Wie lange habe ich Zugriff auf die Kursmaterialien?

Sie haben lebenslangen Zugriff auf alle Lernmaterialien. So können Sie auch nach Abschluss jederzeit Inhalte nachschlagen.

Ich habe einen Bildungsgutschein der Agentur für Arbeit. Wie kann ich den Kurs buchen?

Bitte [kontaktieren Sie uns](#). Wir sind dazu verpflichtet, vor der Kursbuchung ein kostenloses Beratungsgespräch durchzuführen.

Ich möchte den Kurs als geförderte Weiterbildung absolvieren. Wie lautet die Maßnahmennummer?

Die Weiterbildung ist unter der Maßnahmennummer 729 0113 2023 (Module 1–4) nach AZAV/SGB3 zugelassen. Die Gesamtkosten der geförderten Maßnahme betragen 6.360,30 €.

Wie sind die Berufsaussichten?

Mit dieser Weiterbildung haben Sie exzellente Job-Aussichten

Extrem hohe Nachfrage: Unternehmen aller Branchen digitalisieren ihre Vertriebs- und Marketingprozesse. Gefragt sind Fachkräfte, die nicht nur einen Kanal, sondern die gesamte digitale Klaviatur (SEO, SEA, PPC, Social Media, Content) beherrschen.

Strategische Schlüsselposition: Absolventen, die Online-Marketing-Strategie mit Verkaufspsychologie und Web-Analyse (Google Analytics) verknüpfen können, sind für Unternehmen unverzichtbar. Sie steuern Budgets und verantworten den digitalen Erfolg.

Zukunftssicher & Krisenfest: Marketingbudgets verlagern sich stetig ins Digitale. Da diese Weiterbildung auch den Einsatz von KI im Marketing abdeckt, sind Sie klassischen Spezialisten einen Schritt voraus und gestalten den Wandel aktiv mit.

Top-Gehälter & Verantwortung: Das umfassende Verständnis aller Kanäle und der Fähigkeit zur datenbasierten Analyse qualifiziert Sie für leitende Positionen und ermöglicht deutlich überdurchschnittliche Gehälter im Vergleich zu reinen Kanal-Spezialisten.

Mit diesem Kurs sichern Sie sich das ganzheitliche Skillset, das Unternehmen jetzt suchen, um im digitalen Wettbewerb zu bestehen.

Wird dieses Berufsbild nicht bald schon durch KI ersetzt werden? Warum sollte ich diese Dinge heute noch lernen?

Ganz im Gegenteil! KI ersetzt nicht den Marketing-Experten, sondern wird zu seinem wichtigsten Werkzeug. Stellen Sie sich KI wie einen extrem leistungsstarken Assistenten vor: Er kann riesige Datenmengen analysieren, Routineaufgaben automatisieren und erste Entwürfe erstellen. Aber die Strategie, die kreative Idee, das Einfühlungsvermögen in die Zielgruppe und die finale Entscheidung trifft immer noch der Mensch. In dieser Weiterbildung lernen Sie nicht nur die zeitlosen Marketing-Grundlagen, sondern auch, wie Sie KI-Systeme professionell steuern und deren Ergebnisse gewinnbringend für das Unternehmen einsetzen. Experten, die beides beherrschen – fachliches Know-how und KI-Kompetenz – sind heute und in Zukunft gefragter denn je. Sie arbeiten effizienter, treffen bessere Entscheidungen und haben mehr Zeit für das, was wirklich zählt: innovative und menschliche Marketing-Kampagnen zu entwickeln.

Brauchen Unternehmen noch Berater, wenn die KI die Strategie vorschlägt?

Mehr denn je! Ein KI-System kann Daten analysieren und generische Vorschläge machen. Aber ein guter Berater versteht das gesamte Geschäft, die Nuancen des Marktes und die individuellen Ziele des Kunden. Sie entwickeln

maßgeschneiderte, kreative Strategien, agieren als Sparringspartner für die Geschäftsführung und koordinieren komplexe Projekte. Ihre Stärke liegt in der Kommunikation, im strategischen Weitblick und im Aufbau von Vertrauen – Fähigkeiten, die eine KI nicht besitzt.

Weitere Fragen



Weitere häufig gestellte Fragen und Antworten haben wir für Sie im Bereich [Ihr Fernstudium zusammengestellt](#).

Termine*

Die nächsten Starttermine für geförderte Weiterbildungen sind:

- 03.08.2026
- 17.08.2026
- 31.08.2026
- 14.09.2026

*Wunschtermine sind möglich. Erkundigen Sie sich [über unser Kontaktformular](#)!



Fragen? Wir sind für Sie da!

 +49 (0)911 49 52 23-0

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne.

Mo–Do: 9–17 Uhr, Fr: 9–13 Uhr

info@webmasters.de

 [Anfrageformular](#)