



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Career Service

Online-Marketing

Dieses Informationsblatt ist ein Angebot des Career Service der Universität Leipzig. Es wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben. Stand: September 2017.

„Onlinemarketing-Manager/innen koordinieren Werbemaßnahmen im Internet und entwickeln Marketingstrategien für virtuelle Verkaufsräume, akquirieren Kundengruppen und gestalten Geschäftsprozesse im Bereich des Onlineshoppings.“

Quelle: Berufe Net – Agentur für Arbeit

Berufsbereiche _ Wo will ich arbeiten?

- Marketingabteilungen von Organisationen bzw. Unternehmen zahlreicher Wirtschaftsbereiche
- Internet-Einzelhandel/ E-Commerce
- Werbe- und Kommunikationsagenturen
- Multimediadienstleister
- Betreiber von Internetportalen, Online-Games, Communities, Foren und Netzwerken
- Softwareentwicklungsfirmen

Quelle: Berufe Net – Agentur für Arbeit

Tätigkeitsfelder _ Was will ich machen?

- Betreuung des Online-Bereich „im **B-to-C-Geschäft** (business to consumer, d. h. Verkauf an Endkunden) oder das **B-to-B-Geschäft** (business to business, d. h. Verkauf an Firmenkunden)“***
- Durchführung von **Markt- und Wettbewerbsanalysen*****
- **Targeting:** „Als Targeting bezeichnet man im Online-Marketing-Kontext alle Strategien, Werbekampagnen möglichst genau bestimmten passenden Nutzern zu zeigen und damit Streuverluste zu vermeiden und Conversionwahrscheinlichkeiten zu erhöhen.“*
- **Multi-Channel-Management:** Koordination von Online- und Offline-Marketingkampagnen****
- **Content Marketing:** Versorgung der Kunden mit nützlichen Informationen, Beratungsangeboten und Unterhaltung, z. B. durch Infografiken und Videos; letzteres geschieht über verschiedene Kanäle, vor allem Social Media Plattformen*

- **Community Management bzw. Portal Management:** virtuelle Profile in verschiedenen Communitys, Foren und Netzwerken einrichten, Anreize zum Besuch von Communitys bzw. Webauftritten schaffen, Diskussionsforen einrichten und moderieren, Expertenchats organisieren, bei denen Fachleute gezielt auf die Fragen der Kunden und Nutzer eingehen, ggf. Veranstaltungen und Treffen der Community-Mitglieder außerhalb des virtuellen Raumes organisieren***
- **SEM:** „Suchmaschinenmarketing oder auch SEM (englisch für Search Engine Marketing) ist der Oberbegriff für Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung. SEM umfasst damit die beiden Marketingkanäle, die sich mit der Generierung von wertvollem Suchmaschinenträffic befassen.“*
- **SEO:** „Als Suchmaschinenoptimierung oder auch SEO (englisch für Search Engine Optimization) bezeichnet man alle Maßnahmen, die dazu geeignet sind, die Platzierung einer Webseite in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen zu verbessern.“*
- **SEA:** „Als Suchmaschinenwerbung oder auch SEA (englisch für Search Engine Advertising) bezeichnet man die Platzierung von Anzeigen auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen. [...] Der mit Abstand relevanteste Anbieter von Suchmaschinenwerbung auf dem deutschsprachigen Markt ist Google mit seinem Angebot Google Adwords. Der über SEA gewonnene Suchmaschinenträffic bringt in den meisten Fällen besonders gute Conversionraten. Suchmaschinenwerbung gehört für die meisten Online-Werbetreibenden somit zum Standard-Repertoire.*
- Aufbau und Pflege von **Affiliate Networks*****: Auswahl und Steuerung von Kooperationspartnern und Werbeträgern
- **Affiliate Marketing:** Beim Affiliate Marketing generiert ein Affiliate (ein Webseitenbetreiber) qualifizierten Traffic, den er dann auf die Website eines Merchants (zu dt. ‚Händler‘) weiterleitet. Dies geschieht z. B. durch die Schaltung von Werbung.** „Der **Merchant** [...] bietet dem Affiliate eine meistens prozentuale Beteiligung an den durch dessen Traffic entstehenden Umsätzen. Für den Merchant ist Affiliate Marketing also ein besonders risikoarmer Marketingkanal, da er für den Traffic nur bezahlen muss, wenn er auch Erfolge erzielt.“*
- **Web-Analytics/ Traffic Analyse:** Erfolgskontrolle, Steuerung und Effizienzanalyse einer gesamten Website und vor allem auch der angewandten Online-Marketingsmaßnahmen durch die Überwachung und Auswertung der generellen Nutzerzahlen/Reichweiten sowie des Verhaltens dieser Nutzer**
- **Branding:** „Unter Branding versteht man das Etablieren einer Marke durch gezielte Werbung. Es wird dabei versucht, bestimmte Botschaften, Gegenstände oder Zeichen mit dem Produkt und der Marke zu verknüpfen. Das Branding ist ein wichtiger Bestandteil der erfolgreichen Vermarktung von Produkten.“*
- **Brand Bidder Management:** „Beim Brand Bidding bieten Unternehmen oder Affiliates bei einem Suchmaschinenbetreiber gezielt auf bestimmte Keywords der eigenen Marke und / oder der eines Konkurrenten, so dass seine Anzeige neben den Suchergebnissen erscheint. Ziel ist es, den Traffic der fremden Marken, der [...] mit dem Keyword-Advertising-Prinzip generiert wird, für sich zu gewinnen.“*
- **Cross Device Ad Targeting:** „Unter Cross Device Ad Targeting wird die Identifizierung und die Zuordnung eines Users auf seinen verschiedenen Endgeräten gemeint. Dem User soll zum

Beispiel auf dem eigenen PC und auf dem eigenen Smartphone die gleiche Werbeanzeige angezeigt werden [...].“*

- **Mobile Advertising:** Planung und Umsetzung von Kampagnen auf mobilen Endgeräten mit Fokus auf App Bewerbung, Monitoring und Analyse der Kampagnenergebnisse sowie Ableiten von Handlungsempfehlungen, Identifizierung und Auswahl neuer Kanäle und Partner, Abstimmung mit anderen Marketingkanälen und Portalmanagement, Beobachtung und Auswertung aktueller Trends im Mobile Commerce****
- **E-Mail Marketing:** Konzeption, Erstellung und Durchführung von angebotslastigen E-Mail-Marketingkampagnen (Erstellung von einprägsamen Newslettern, welche die Waren und Dienstleistungen des Unternehmens bestmöglich präsentieren)****

Quellen: *Online-Marketing.de; **GründerSzene.de; ***Berufe Net – Agentur für Arbeit; ****Unister.de

Schlüsselqualifikationen (Soft Skills)

Die Online Marketing Branche ist von einem stetigen Wandel geprägt. Die Bereitschaft, sich kontinuierlich über die neuesten Entwicklungen zu informieren und sich entsprechend weiterzubilden, ist daher essentiell. Darüber hinaus sind die folgenden Skills von Vorteil:

- Begeisterung für die Möglichkeiten und Technologien des Internets
- IT-Grundkenntnisse (u. a. HTML)
- Kommunikationsfreude
- Kreativität
- Flexibilität
- Eigeninitiative

Berufseinstieg

„Voraussetzung ist in der Regel eine Aus- oder Weiterbildung bzw. ein Studium in den Bereichen Marketing, Neue Medien, Kommunikation oder Journalistik.“* Wichtig sind zudem Praktika und Werkstudententätigkeiten, am besten in kleineren Agenturen oder Unternehmen, da man hier stärker einbezogen wird und schneller Verantwortung übernehmen darf. Um sich IT-Grundkenntnisse anzueignen, können auch entsprechende Kurse an der VHS besucht werden. Eine weitere Möglichkeit zur Weiterbildung bieten Online Tutorials. Angehende Social Media Manager sollten möglichst selber bloggen oder sich über einen anderen Kanal präsentieren. Das trainiert nicht nur die eigenen Fähigkeiten, sondern der eigene Webauftritt stellt auch eine Arbeitsprobe dar, auf die in der Bewerbung verwiesen werden kann. Um wertvolle Kontakte innerhalb der Branche zu knüpfen und somit den Berufseinstieg zu erleichtern, empfiehlt es sich unbedingt, bereits im Studium ein Netzwerk aufzubauen. **

Quelle: *Berufe Net – Agentur für Arbeit; ** Christian Mueller (25.06.2015): Berufseinstieg: Social Media Manager. Karriere Bibel.

Arbeitgeber_innen konkret*

- UNISTER
- Digital River
- Webnetz
- InternetOne AG
- Catbird Seat
- Urban Media GmbH
- Tomorrow Fokus Media
- Smarketer
- Quisma
- Publicis Pixelpark

* Zahlreiche Unternehmen verfügen über eine eigene (Online-)Marketing- bzw. Kommunikations-Abteilung. Somit lassen sich in Abhängigkeit von der bevorzugten Branche zahlreiche potentielle Arbeitgeber finden. Bei den hier aufgelisteten Unternehmen handelt es sich vor allem um Agenturen bzw. Unternehmen, die sich auf Online-Marketingaktivitäten spezialisiert haben und als Dienstleister für andere Unternehmen arbeiten.

Spezifische Stellenbörsen

- <http://www.onlinemarketingEinstieg.de/jobboerse/>
- <http://onlinemarketingjobs.de/>
- <http://www.onlikes.de/#arvlbdata>
- <http://www.marketingjobboersen.de/>
- <http://onlinemarketing.de/jobs>
- <https://www.rockitdigital.de/>
- <http://www.seojobboerse.de/>
- <http://www.myonlinejob.de/>
- <http://stellenmarkt.internetworld.de/>
- <http://www.seo-united.de/blog/jobs>

Weitere Informationen

- Eine detaillierte, aber allgemeinverständliche Erklärung von SEO bietet Andreas Krause, Mitarbeiter an der Universität Leipzig, auf seinem Blog.
<http://andreas-krause.azurewebsites.net/seo-einfach/motivation-seo/>
- Fernanda Ivatiuk, Doreen Nagelmüller, Andreas Krause, Dennis Welz (2011): SEO- Von der Kunst des Gefunden Werdens. In: Janika Groß, Frank Schumacher, Michael Thieme (Hrsg.): (Über-)Leben in der Kreativwirtschaft. Beiträge zum Camp. Leipziger Beiträge zur Informatik: Band 26.
Kostenloser Download unter: http://bis.informatik.uni-leipzig.de/files/csc11_ebook.pdf
- Thomas Promny: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung. It's not a trick – It's knowledge.
Kostenloser Download unter: <http://onlinemarketing.de/wp-content/uploads/2013/05/grundlagen-der-suchmaschinenoptimierung.pdf>
- OnlineMarketingEinstieg
<http://www.onlinemarketingEinstieg.de/>
Tipps für den Berufseinstieg, Vorstellung unterschiedlicher Berufsbilder, Glossar zum Thema SEO, Stellenportal.

- Christian Mueller (25.06.2015): Berufseinstieg: Social Media Manager. Karriere Bibel.
http://www.xing-news.com/reader/news/articles/72413?xng_share_origin=email
- OnlineMarketing.de
<http://onlinemarketing.de/>
OnlineMarketing.de ist nach eigenen Angaben das führende deutschsprachige Fachportal zum Thema Online Marketing.
- GründerSzene.de
<http://www.gruenderszene.de/>
Gründerszene ist nach eigenen Angaben das führende Onlinemagazin für die Startup-Szene und die digitale Wirtschaft in Deutschland.
- Online Marketing Rockstars – The Art and Science of Digital Marketing
<http://www.onlinemarketingrockstars.de/#>
Online Marketing Rockstars verstehen sich als die unabhängige Informationsplattform für digitales Marketing.
- Internet World Business
<http://www.internetworld.de/>
Fachmagazin
- Thomas Hutter's Social Media Blog
<http://www.thomashutter.com/>
Alles zum Thema Facebook-Marketing. Unsere Referent(inn)en empfehlen Ihnen den Newsletter.
- Allfacebook.de – Der inoffizielle Facebook Blog
<http://allfacebook.de/>
Preisgekröntes Blog zum Thema Facebook und Social Media Marketing.
- SEO-Trainee.de – Blog der SEO-Trainees der wirkungsvoll GmbH
<http://www.seo-trainee.de/ressort/seo-wochenrueckblick/>
Jeden Freitag gibt es einen Wochenrückblick mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Branchenneuigkeiten.
- SEO-united.de
<http://www.seo-united.de/>
Website rund um das Thema Suchmaschinenoptimierung
- Blog von Felix Beilharz – Trainer und Berater in den Bereichen Online-Marketing und Social Media Marketing
<http://felixbeilharz.de/blog/>
- Adobe Digital Marketing Blog
<http://blogs.adobe.com/digitalmarketing/>
- Adobe TV
<http://tv.adobe.com/de/>
Weiterbildung über Online Tutorials
- Online Marketing Camp der Hamburg Media School
<http://www.hamburgmediaschool.com/weiterbildung/online-marketing-seminare/onlinemarketingcamp/>
Die Teilnahmegebühren betragen € 749 zzgl. MwSt. p. P. für Studenten und Absolventen mit Berufsziel Medien und Internet (Berufserfahrung bisher weniger als ein Jahr). Alle Teilnehmer erhalten ein Zertifikat der Hamburg Media School. Für studentische Teilnehmer ist bei Ablegen

einer Prüfung die Vergabe von 6 Leistungspunkten (ECTS) möglich, die nach Rücksprache auch an Hochschulen angerechnet werden kann.

- DWX Developer Week
<http://www.developer-week.de/>
Fachmesse mit zahlreichen Ausstellern und Workshops rund um die Themen Web-, Mobile-, und .NET-Entwicklung.
- dm exco – Digital Marketing Exposition and Conference (Köln)
<http://dmexco.de/>
Internationale Leitmesse und Konferenz für die digitale Wirtschaft
- State of Digital Marketing – Rockstar goes Festival
<http://www.onlinemarketingrockstars.de/konferenz/2015/#>
Die Veranstaltung wird von den Online Marketing Rockstars organisiert, findet an zwei Tagen in Hamburg statt und umfasst eine Konferenz, eine Expo, auf der sich verschiedenste Unternehmen aus der OM- Branche präsentieren, sowie mehrere Workshops, die sogenannten Masterclasses.

Referent_innen der damaligen Veranstaltungen

- Eric Heffenträger, Online Marketing Projektmanager (WSB Werbeagentur)
- Nils Mammen, Online Marketing Manager (Comparex AG)
- Michaela Kemen, Head of Marketing & Communications (food.de)
- Kristin Gogolok, Suchmaschinenoptimierung (gogolok Online-Marketing)

In unserem **Jobportal** finden Sie Stellenangebote für Absolventinnen und Absolventen:

<https://www.jobportal.uni-leipzig.de/>.

Informieren Sie sich auf unsere Seite **Berufseinstieg Sachsen** über die zahlreichen perspektiven, die der Arbeitsmarkt Sachsen bietet: <https://www.uni-leipzig.de/studium/beratungs-und-serviceangebote/career-service/berufseinstieg-in-sachsen/>.

KONTAKT

Universität Leipzig, Career Service

Strohsackpassage, 3. Etage

Nikolaistraße 6–10

04109 Leipzig

Telefon: +49 341 97-30030

E-Mail: careerservice@uni-leipzig.de



www.uni-leipzig.de/careerservice



www.facebook.com/universitaet.leipzig.career.service