

## Erfolgreich ins Online Marketing starten: Theorie, Praxis, Netzwerk



Ohne Online Marketing geht es nicht – das ist mittlerweile in fast allen Unternehmen angekommen. Gerade deshalb sehen sich klassische Marketer oft vor

einer Mammutaufgabe: Die verschiedenen Online Marketing Tools wollen gelernt und nicht nur richtig ausgewählt und eingesetzt, sondern auch ausgewertet werden. Und damit noch nicht genug, denn besonders im Online Marketing spielen aktuelle Entwicklungen eine große Rolle für eine gute Performance. Oft suchen Unternehmen daher nach passenden Weiterbildungsangeboten für ihre Mitarbeiter.

„In den letzten Jahren haben wir im Unternehmen gemerkt, dass die klassischen Marketing-Strategien nicht mehr greifen und wir mit der Digitalisierung viel bessere Chancen haben, unsere Produkte weiterzuentwickeln und durch zielgerichtetes Online Marketing einen deutlichen Wettbewerbsvorteil erlangen“, sagt Steve Lerch aus dem Marketing-Team von *vita club* aus Österreich. „In meiner Position muss ich den gesamten Überblick über alle Marketing-Maßnahmen behalten und mein persönliches Wissen den sich stetig ändernden Möglichkeiten anpassen und erweitern.“ Deshalb nimmt Lerch am Online Marketing Manager (OMM) der Hamburg Media School (HMS) teil.

Der OMM verknüpft Theorie und Praxis so, dass Teilnehmer direkt nach der Teilnahme bereit für den Einsatz im neuen Aufgabenbereich sind. „Das Programm bietet Berufstätigen – gestreckt über ein Jahr – die Möglichkeit, umfassend und in der Tiefe die wesentlichen Bereiche des digitalen Marketings zu lernen und zu verstehen“, sagt Philipp Westermeyer, Kurator des Programms, Geschäftsführer von Ramp 106 und Gründer und Veranstalter der Online Marketing Rockstars (OMR). „Anders als bei einzelnen Seminaren gibt es eine ganzjährige Betreuung, eine hohe Themenvielfalt und die Möglichkeit, über unsere Dozenten und Praxispartner ein wertvolles Branchennetzwerk aufzubauen.“ Dabei werden für die Teilnahme am OMM keine bestimmten Branchenkenntnisse vorausgesetzt und doch können auch Profis in Seminaren wie Online Marketing Recht oder Online Marketing Technik noch ihr Know-how vertiefen, weiß Friderike Wettengel von Hamburg Media School, die sich um die Teilnehmer des Programms kümmert. „Die Teilnehmer steigen meist bei uns mit dem Online Marketing Camp ein, ein viertägiger Crashkurs ins Online Marketing. Hier lernen sie die ersten Basics, welche dann im Anschluss mit den weiteren Seminaren vertieft werden können“, beschreibt Wettengel den Aufbau des OMM. Dabei setzten sich die Teilnehmer des Programms aus ganz unterschiedlichen Branchen zusammen:

*„Von klassischen alteingesessenen Verlagshäusern über große Energieversorger bis hin zum Pharmakonzern war schon alles vertreten. Positionen im Unternehmen sind meist die klassischen Marketingabteilungen oder die Vorgesetzten, die auch endlich einmal verstehen wollen, was dieses Mysterium Online Marketing bedeutet. Selbstständige oder auch Studierende und Absolventen, die jetzt im Online Marketing so richtig durchstarten wollen, sind hier genau richtig.“*

Auch Steve Lerch ist mit konkreten Zielen in den Online Marketing Manager der HMS gestartet: „Mit der Teilnahme an diesem Programm wollte ich einen gesamten Überblick im Bereich Online Marketing erlangen und herausfinden, in welchen Bereichen ich mich langfristig weiterentwickeln möchte. Was auch sehr gut gelungen ist. Denn es werden nicht nur die Grundlagen vermittelt, sondern auch zukunftsorientierte Möglichkeiten und Lösungsansätze aufgezeigt.“ Als die zwei größten Highlights des Programms beschreibt Lerch das OMR Festival und das Online Marketing Camp. „Was mir generell sehr gefallen hat, ist die Auswahl an Referenten aus der Praxis, die weitgehende Insights und persönlichen Support auch außerhalb der Ausbildung angeboten haben“, beschreibt er weiter. Die Auswahl der Referenten sorgt laut Philipp Westermeyer auch dafür, dass die Inhalte des OMM – trotz der Schnelligkeit digitaler Marketing-Themen – immer auf dem aktuellsten Stand sind und kein veraltetes Wissen weitergeben wird:

*„Unsere Referenten sind durch die Bank Praktiker und müssen sich jeden Tag am Markt beweisen. Dazu werden sie von uns und den Teilnehmern regelmäßig evaluiert.“*

Hinter dem Online Marketing Manager steht das Ziel, die Teilnehmer gut vorbereitet und einsatzfähig in die digitale Marketingwelt zu entlassen. „Die Teilnehmer haben nach Abschluss des Programms die Möglichkeiten und Potentiale des Themas sowie die zentralen Akteure, Tools und die Technologielandschaft des digitalen Marketings verstanden. Mit diesem Hintergrund sind sie häufig kompetente Verantwortungsträger in ihren Organisationen“, erklärt OMR-Veranstalter Westermeyer. Durch die Kooperation der Hamburg Media School und der Online Marketing Rockstars wird den Teilnehmern neben einem fundierten theoretischen Wissen, nicht nur der aktuelle Bezug zur Praxis vermittelt, sondern auch der Eintritt in ein wichtiges Branchennetzwerk ermöglicht. Weitere Informationen zum Online Marketing Manager finden Sie [hier](#).

Autorin: [Kristina Kaba](#)



Philipp Westermeyer begann als Vorstandsassistent bei der Bertelsmann AG. Im Anschluss arbeitete er als Investment Manager bei Gruner + Jahr. 2009 gründete er gemeinsam mit Tobias Schlottke und Christian Müller die erste eigene Firma, adyard. Sie wurde 2011 an Gruner + Jahr verkauft. Anschließend gründete das Trio metriGO, welches 2015 von Zalando gekauft wird. Philipp ist Mitgründer von Ramp106, dem Veranstalter der OMR.



Frederike Wettengel ist seit 2012 an der Hamburg Media School zuständig für den Bereich der Online Marketing Weiterbildung.



Steve Lerch reiste für jedes Online Marketing Modul aus Österreich an. Bei seiner Firma VC Fitness ist er zuständig für den digitalen Sales Prozess. Als Digital Sales Manager ist er verantwortlich für den Online-Vertrieb von Mitgliedschaften mehrerer Fitness-Anlagen.