



# Die Top 10 Marketingfehler in 2025 - Leads, Leid und leider *keine Zeit!*

Chancen, Risiken, Alltagsstress und das ganz große Ziel. Mindset, „Buzzword-Bingo“ und KI. Was ist eigentlich wirklich wichtig und wo machen wir Fehler?

02.07.2025 | PATRICK UECKER

**.COMPIONEERS**

# Kurzvorstellung

## *Patrick Uecker*

- Online-Marketing seit 2018
- Gelernter Kfm. Für Marketing-Kommunikation
- Leitung Performance Marketing
- Berater, Trainer und Vortragsredner
- Spezialist für Online-Performance & Kommunikation
- Problemlöser und Ideengeber



# Vorstellung unserer Unternehmensgruppe

- 1995 gegründet / eine der ältesten Agenturen in Deutschland
- Bad Schwartau / Außenbüros in Berlin · München
- Spezialist:innen für Beratung und Entwicklung
- **.compioneers:** Unternehmen zur Beratung von anspruchsvollen Digital-Strategien und Entwicklung von Großprojekten
- **online · werbung:** Performance-Marketing-Agentur zur Steigerung der Reichweite im Internet
- **jamaido:** Dienstleister zur laufenden Betreuung von kleinen und mittelgroßen Internetprojekten

EPSON

TEXAS  
INSTRUMENTS



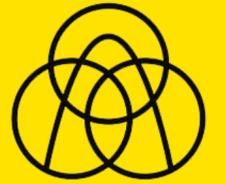
★★★★★

GRAND HOTEL

SEESCHLÖSSCHEN

SPA & GOLF RESORT

Deutsche  
Telekom



thyssenkrupp

Stadt  
Kaltenkirchen



DEUTSCHE STIFTUNG  
DENKMALSCHUTZ



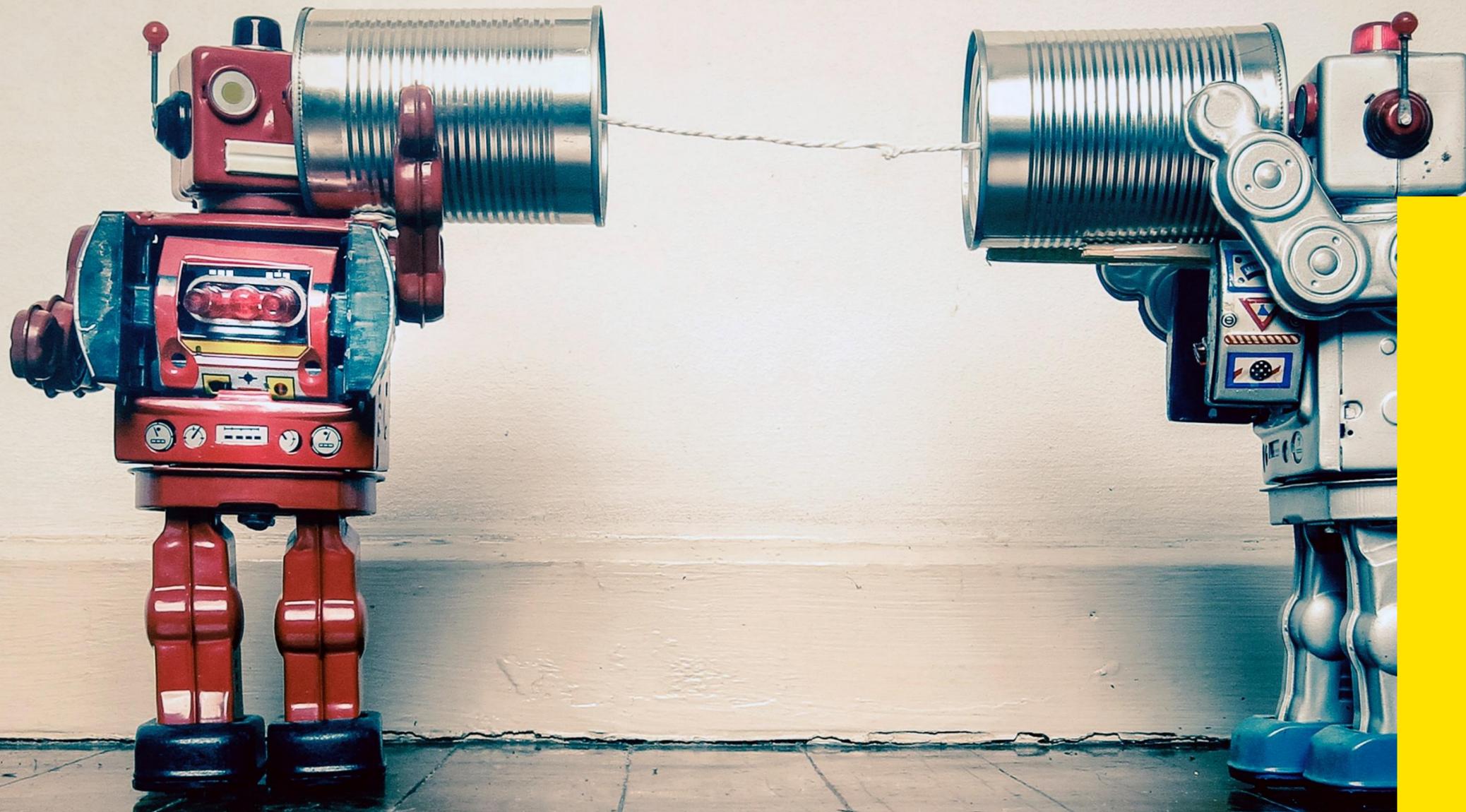
Lufthansa Technik

Intercoat

SAP

SIEMENS

# **Was ist 2025 anders als vorher?**



*Generative KI*



*Authentizität*

*GenZ*

*Fondator-  
zentrierte  
Kommunika-  
tion*



*omni-channel*

*Agilität*

*Transparenz*

# Fehler 1.

Fehler 1.

**„Wir haben keine Statistik, die wir uns regelmäßig anschauen. Wir machen das eher nach Gefühl. Hat bisher ja funktioniert.“**

Ungenannt  
Geschäftsführer

# Fehler 2.

Fehler 2.

**„Wir würden damit erstmal anfangen. Die Strategie würden wir dann nachgelagert entwickeln.“**

**Ungenannt**

Marketing und Kommunikations-Experte

# Fehler 3.

Fehler 3.

**„Unsere Zielgruppe ist männlich.  
Und weiblich. Grob gesagt  
zwischen 25-55 Jahren alt.“**

**Geschäftsführer**

Kennt seine Zielgruppe nicht und macht Marketing nach „Gefühl“

# Fehler 4.

Fehler 4.

**„Wir haben einfach keine Zeit in unserem Arbeits-Alltag uns auch noch um das Marketing zu kümmern.“**

**Ungenannt**

Vertriebler, der das Marketing mitmachen muss (Worst-Case)

# Fehler 5.

Fehler 5.

**„Herr Uecker, wir machen schon  
immer nur auf Instagram  
Werbung. Alles andere  
funktioniert nicht.“**

**Ungenannt**  
Entscheidungsträger im Marketing

# Fehler 6.

Fehler 6.

**„Wir haben da ein „super cleveren“  
Funnel gebaut.“**

**Ungenannt**

Marketingmitarbeiter – hat einen super aufwändigen Funnel gebaut, den keiner versteht.  
Auch nicht er selbst.

# Fehler 7.

Fehler 7.

**„Wir haben gerade wieder eine  
Jobanzeige bei XYZ geschaltet.  
Wir finden nur schwer neue  
Mitarbeiter.“**

Ungenannt  
HR-Managerin

# Fehler 8.

Fehler 8.

**„Wir machen viele „coole“  
Aktionen und haben viele Benefits  
für unsere Mitarbeiter. Aber so  
richtig bekannt ist das nicht.“**

**Inhaber**

Hat ein super Unternehmen, weiß aber keiner.

# Fehler 9.

Fehler 9.

**„Mit KI wollen wir nichts zu tun haben. Das ist uns zu „modern“. Wir trauen dem Ganzen außerdem nicht.“**

**Ungenannt**  
Entscheidungsträger

# Fehler 10.

Fehler 10.

**„Das machen wir schon alles mit  
KI.“**

**Ungenannt  
Unternehmer**

(Hat mir gerade eine Mail geschickt, die mit „Klar, hier kommt deine Mail...“ beginnt.)

# Viele Fehler, viele Lösungen Wie geht's richtig?

- KI-Potenziale nutzen
- Omni-Channel-Marketing nutzen
- Statistiken nutzen und verstehen
- Arbeitsschritte outsourcen / Externe Hilfe beanspruchen
- „Keep it simple“ – Vermeiden Sie komplexe Automationen
- First-Things-First – Arbeiten im klaren Ablauf erledigen
- HR / JobAds – „PointOfAttention-Marketing“
- Zielgruppen-Analysen – wichtiger denn je!
- Arbeitgeber-Marke aufbauen und stärken!
- KI-Nutzung mit Sinn und Verstand



© ISTOCK.COM | BRIANAJACKSON



**Und noch ganz  
kurz:**



**Keine Lust  
mehr auf  
Fehler?**

**Ich freue mich  
auf euren  
Kontakt!**