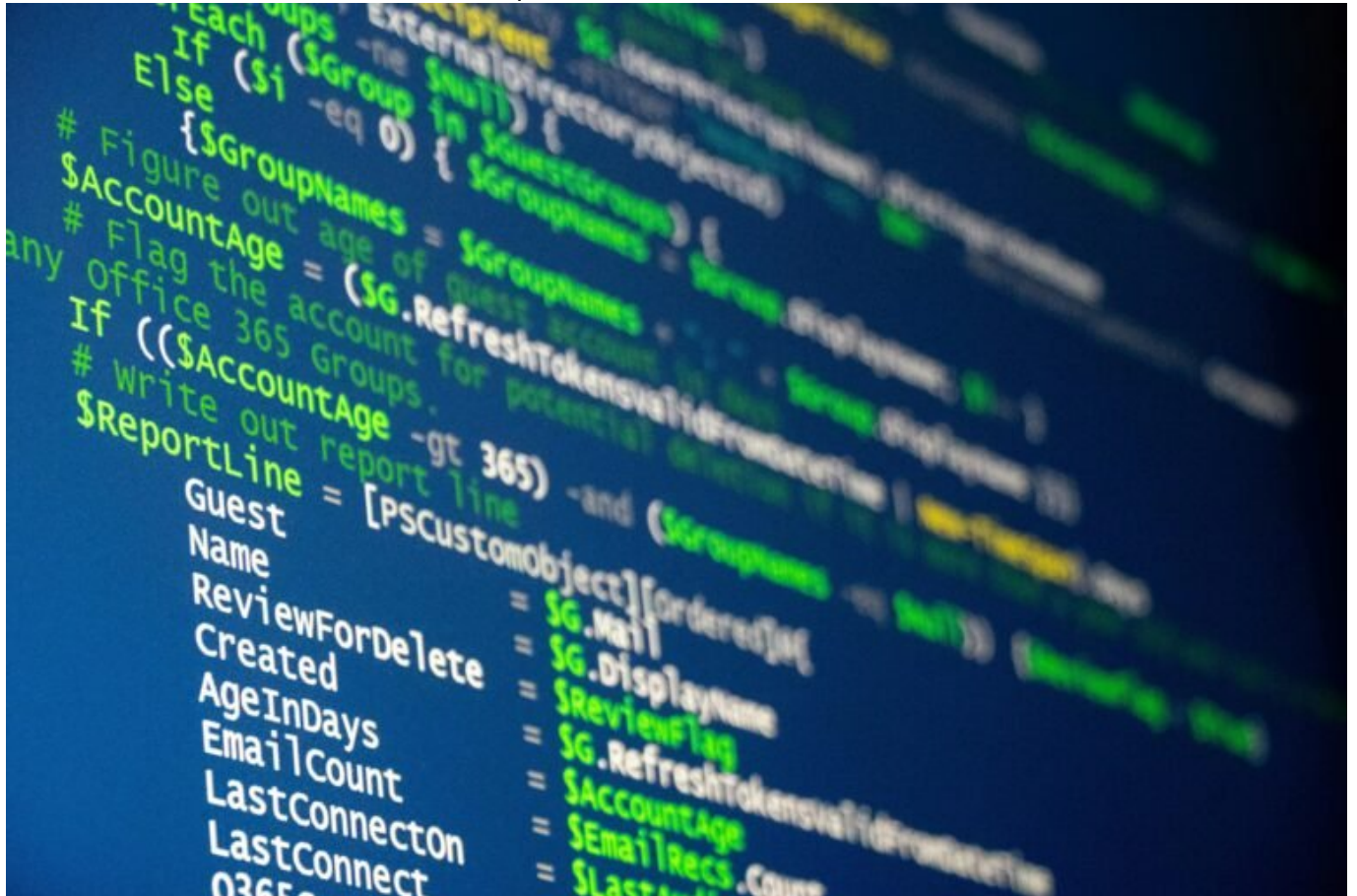


Low Code: Schneller zum digitalen Erfolg im Marketing

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 22. Februar 2026



Low Code: Schneller zum digitalen Erfolg im Marketing

Du bist genervt von endlosen IT-Projekten, die dein Marketing ausbremsen? Willkommen in der Welt von Low Code. Dieser Hype ist nicht nur heiße Luft, sondern eine echte Revolution – und die kannst du in deinem Unternehmen nutzen, um schneller, günstiger und effizienter zu sein. In diesem Artikel erfährst du, wie Low Code das Marketing verändert, welche Plattformen

wirklich was taugen und warum Entwickler trotzdem nicht arbeitslos werden. Spoiler: Es wird praktisch, es wird technisch, und es wird höchste Zeit, dass du einsteigst.

- Was Low Code wirklich bedeutet und warum es mehr als ein Buzzword ist
- Die wichtigsten Vorteile von Low Code für Marketing-Teams
- Welche Low-Code-Plattformen sich bewährt haben
- Warum Low Code nicht das Ende der Entwickler ist
- Wie du Low-Code-Strategien in deinem Unternehmen implementierst
- Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für deinen ersten Low-Code-Einsatz
- Die größten Missverständnisse über Low Code und wie du sie vermeidest
- Ein Fazit, warum Low Code der Schlüssel zum digitalen Marketing-Erfolg ist

Low Code ist der Trend, der Entwickler in Panik versetzt und Marketing-Teams jubeln lässt. Die Idee: Anwendungen entwickeln, ohne tief in den Code eintauchen zu müssen. Das klingt nach einer Lösung für alle, die keine Zeit oder Ressourcen haben, um auf die IT-Abteilung zu warten. Aber Achtung: Wer glaubt, Low Code sei der einfache Weg zum Erfolg, hat die Rechnung ohne die Technik gemacht. Denn so einfach, wie es klingt, ist es nicht. Doch keine Sorge – wir bringen Licht ins Dunkel.

Die Vorteile von Low Code liegen auf der Hand. Schnelligkeit ist König. Während klassische Entwicklungszyklen Monate dauern können, lassen sich mit Low Code Projekte in Wochen oder sogar Tagen realisieren. Das bedeutet: schnellere Anpassungen an Marktentwicklungen, weniger Abhängigkeit von überlasteten IT-Abteilungen und schlankere Prozesse. Besonders für Marketer, die in der Regel schnell auf Veränderungen reagieren müssen, ist das ein Gamechanger.

Nicht zu vergessen: die Kosteneffizienz. Low Code reduziert den Bedarf an teuren Entwicklern und komplexen IT-Infrastrukturen. Das spart nicht nur Geld, sondern auch Nerven. Denn mal ehrlich: Wer hat schon Lust, ständig auf die Freigabe von Budgets für externe Entwickler zu warten? Mit Low Code kannst du vieles selbst in die Hand nehmen – und das ist Gold wert.

Was ist Low Code wirklich und warum ist es kein Buzzword?

Low Code ist eine Entwicklungsplattform, die es Nutzern ermöglicht, Anwendungen mit minimaler Handcodierung zu erstellen. Dabei steht die visuelle Modellierung im Vordergrund. Das bedeutet, dass du mit Drag-and-Drop-Tools arbeiten kannst, anstatt dich durch endlose Zeilen von Code zu quälen. Die Plattformen bieten vorgefertigte Module, die sich einfach kombinieren lassen, um individuelle Lösungen zu erstellen.

Die Vorstellung, dass jeder ohne Vorkenntnisse komplexe Anwendungen erstellen kann, ist allerdings ein Trugschluss. Auch wenn Low Code die Hürden senkt, ist ein gewisses technisches Verständnis unabdingbar. Schließlich müssen die erstellten Anwendungen in bestehende Systeme integriert und gewartet werden.

Hier kommt die IT-Abteilung ins Spiel, die den Überblick behält und sicherstellt, dass alles reibungslos läuft.

Low Code ist mehr als nur ein Trend. Es ist eine Reaktion auf die steigenden Anforderungen im digitalen Zeitalter. In einer Welt, in der Geschwindigkeit und Flexibilität entscheidend sind, bietet Low Code eine Möglichkeit, schneller auf Marktveränderungen zu reagieren. Doch auch hier gilt: Ohne Plan, keine Effizienz. Wer Low Code ohne Strategie einsetzt, wird schnell an Grenzen stoßen.

Die wichtigsten Vorteile von Low Code für Marketing-Teams

Low Code ist ein Geschenk für Marketing-Teams. Es ermöglicht ihnen, schnell auf Veränderungen zu reagieren, ohne auf die IT-Abteilung angewiesen zu sein. Das bedeutet, dass Kampagnen schneller umgesetzt und Anpassungen in Echtzeit vorgenommen werden können. Doch das sind nicht die einzigen Vorteile.

Ein weiterer Pluspunkt ist die Kosteneffizienz. Da weniger Entwickler benötigt werden, sinken die Kosten für die Softwareentwicklung erheblich. Das freigewordene Budget kann in andere Bereiche investiert werden, die direkten Einfluss auf die Marketingziele haben – beispielsweise in die Content-Erstellung oder in datengetriebene Analysen.

Low Code fördert auch die Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens. Marketing-Teams können enger mit der IT zusammenarbeiten und gemeinsam an Projekten arbeiten. Das stärkt nicht nur den Teamgeist, sondern sorgt auch dafür, dass Projekte schneller und effizienter umgesetzt werden. Zudem können Marketing-Experten ihre eigene Kreativität und ihr Wissen direkt in die Entwicklung einfließen lassen.

Die Flexibilität, die Low Code bietet, ist ein weiterer entscheidender Vorteil. Marketing-Teams können schnell auf neue Trends reagieren und ihre Strategien entsprechend anpassen. Ob es um die schnelle Implementierung neuer Features oder die Anpassung bestehender Anwendungen geht – Low Code macht es möglich.

Welche Low-Code-Plattformen sich bewährt haben

Wenn es um Low Code geht, gibt es zahlreiche Plattformen auf dem Markt. Doch welche sind wirklich empfehlenswert? Eine der bekanntesten Plattformen ist Mendix. Sie bietet eine umfassende Suite von Tools, die es Nutzern ermöglicht, komplexe Anwendungen mit minimalem Aufwand zu erstellen. Dank der Drag-and-Drop-Oberfläche können auch Nutzer ohne tiefgehende Programmierkenntnisse schnell Ergebnisse erzielen.

Eine weitere beliebte Plattform ist OutSystems. Sie zeichnet sich durch ihre hohe Flexibilität und Skalierbarkeit aus. OutSystems bietet eine Vielzahl von Modulen und Vorlagen, die es Nutzern ermöglichen, ihre Anwendungen individuell anzupassen. Besonders für Unternehmen, die schnell auf Marktveränderungen reagieren müssen, ist OutSystems eine gute Wahl.

Appian ist ebenfalls eine erwähnenswerte Plattform im Bereich Low Code. Sie punktet vor allem durch ihre Benutzerfreundlichkeit und ihre Integrationsmöglichkeiten mit bestehenden Systemen. Appian eignet sich besonders für Unternehmen, die Wert auf Effizienz und Schnelligkeit legen.

Natürlich gibt es noch viele weitere Plattformen auf dem Markt, darunter Microsoft Power Apps und Salesforce Lightning. Bei der Auswahl der richtigen Plattform kommt es auf die individuellen Anforderungen und Ziele des Unternehmens an. Wichtig ist, dass die Plattform nicht nur die technische Umsetzung erleichtert, sondern auch in bestehende Prozesse integriert werden kann.

Warum Low Code nicht das Ende der Entwickler ist

Ein häufiger Irrglaube ist, dass Low Code Entwickler überflüssig macht. Doch das Gegenteil ist der Fall. Entwickler spielen nach wie vor eine entscheidende Rolle, insbesondere wenn es um die Integration und Wartung der erstellten Anwendungen geht. Low Code nimmt den Entwicklern lediglich repetitive Aufgaben ab, sodass sie sich auf komplexere Herausforderungen konzentrieren können.

Die Zusammenarbeit zwischen Entwicklern und Marketing-Teams wird durch Low Code sogar gestärkt. Während die Marketing-Teams die Anforderungen und Ziele definieren, sorgen die Entwickler dafür, dass die technischen Grundlagen stimmen. Gemeinsam können sie so effizientere und zielgerichtete Lösungen entwickeln.

Ein weiterer Punkt, der für die Relevanz der Entwickler spricht, ist die Anpassung und Erweiterung von Low-Code-Lösungen. Oftmals sind individuelle Anpassungen erforderlich, die über die Möglichkeiten der Plattform hinausgehen. Hier kommen die Entwickler ins Spiel, die mit ihrem Fachwissen und ihrer Erfahrung sicherstellen, dass die Anwendungen optimal funktionieren.

Low Code ist somit keine Bedrohung, sondern eine Chance für Entwickler, sich auf anspruchsvollere Aufgaben zu konzentrieren und gemeinsam mit anderen Abteilungen innovative Lösungen zu entwickeln. Es ist ein Werkzeug, das die Zusammenarbeit fördert und die Effizienz steigert – und das ist ein Gewinn für alle Beteiligten.

Schritt-für-Schritt-Anleitung für deinen ersten Low-Code-Einsatz

Der Einstieg in die Welt des Low Code mag zunächst überwältigend erscheinen. Doch mit einem klaren Plan und der richtigen Herangehensweise kannst du schnell Erfolge erzielen. Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die dir den Einstieg erleichtert:

1. Bedarfsanalyse durchführen
Identifiziere die Anforderungen und Ziele deines Projekts. Welche Probleme sollen gelöst werden? Welche Features sind erforderlich? Diese Fragen helfen dir, den richtigen Fokus zu setzen.
2. Die richtige Plattform wählen
Recherchiere und vergleiche verschiedene Low-Code-Plattformen. Achte darauf, dass die gewählte Plattform deinen Anforderungen entspricht und in bestehende Systeme integriert werden kann.
3. Prototypen erstellen
Beginne mit der Erstellung eines Prototyps, um erste Ergebnisse zu erzielen. Nutze die Drag-and-Drop-Tools der Plattform, um schnell eine funktionale Anwendung zu erstellen.
4. Feedback einholen
Präsentiere den Prototypen deinem Team und hole Feedback ein. Welche Änderungen sind erforderlich? Welche Funktionen fehlen noch? Das Feedback hilft dir, die Anwendung weiter zu optimieren.
5. Integration und Test
Integriere die Anwendung in bestehende Systeme und teste sie gründlich. Achte darauf, dass alle Funktionen reibungslos funktionieren und die Anwendung den Anforderungen entspricht.
6. Implementierung und Rollout
Nach erfolgreichem Test kannst du die Anwendung implementieren und für die Nutzung freigeben. Stelle sicher, dass alle Beteiligten geschult und über die Funktionen informiert sind.

Fazit: Low Code als Schlüssel zum digitalen Marketing-Erfolg

Low Code ist keine Modeerscheinung, sondern ein entscheidender Faktor für den digitalen Erfolg im Marketing. Die Möglichkeit, schnell und effizient auf Veränderungen zu reagieren, ist ein unschätzbarer Vorteil. Doch wie bei jeder Technologie gilt: Ohne Plan und Strategie wirst du nicht weit kommen.

Low Code eröffnet neue Möglichkeiten, erfordert jedoch auch ein Umdenken. Entwickler werden nicht überflüssig, sondern können sich auf anspruchsvollere Aufgaben konzentrieren. Die Zusammenarbeit zwischen Marketing und IT wird

gestärkt, und gemeinsam können innovative Lösungen entwickelt werden. Wer Low Code richtig einsetzt, hat die Nase vorn – und das ist in der schnelllebigen Welt des Marketings Gold wert.