

Make Automation Beispiel: Clever automatisieren für mehr Erfolg

Category: Tools

geschrieben von Tobias Hager | 25. September 2025



Make Automation Beispiel: Clever automatisieren für mehr Erfolg

Automatisierung ist das Buzzword, das jeder in der Online-Marketing-Blase herumwirft, aber nur die wenigsten haben wirklich verstanden, was hinter einer cleveren Make-Automation steckt. Während die einen noch Excel-Tabellen von Hand pflegen, bauen andere bereits komplexe Automationsstrecken, die Leads, Sales und Daten vollautomatisch generieren – und die Konkurrenz einfach stehen lassen. In diesem Artikel erfährst du, wie du mit Make (ehemals Integromat) Automatisierung nicht nur smarter, sondern auch profitabler aufstellst. Erwartet keine oberflächlichen How-tos, sondern eine gnadenlose Analyse, wie du Make-Automation als echten Wettbewerbsvorteil

nutzt – inklusive Praxisbeispielen, Fehlerquellen und einer Schritt-für-Schritt-Anleitung für dein erstes erfolgreiches Automationsprojekt. Na, bereit für echte Automatisierung statt Marketing-Geschwafel?

- Was Make-Automation wirklich ist und warum sie 2024 das Spielfeld verändert
- Die wichtigsten SEO- und Online-Marketing-Vorteile cleverer Automatisierung
- Typische Fehler, Mythen und Irrtümer rund um Make-Automatiken – und wie du sie vermeidest
- Ein detailliertes Praxisbeispiel für eine Make-Automation, die wirklich Umsatz bringt
- Technische Grundlagen: von Webhooks bis API-Integration – alles, was du wissen musst
- Schritt-für-Schritt-Anleitung: So baust du eine Make-Automation, die im echten Business besteht
- Die besten Tools und Erweiterungen für maximale Automations-Performance
- Was viele Agenturen verschweigen, wenn sie von “Automatisierung” sprechen
- Fazit: Warum Make-Automation 2024 kein nettes Extra, sondern Pflichtprogramm ist

Automatisierung klingt für viele nach Science-Fiction oder nach dem Schicksal der eigenen Kündigung. Tatsächlich ist eine Make-Automation aber nichts anderes als die logische Weiterentwicklung von Online-Marketing, CRM und Datenlogistik. Wer heute noch manuell Daten sortiert, Mails verschickt oder Leads abgleicht, spielt nicht nur mit seiner Zeit – er spielt mit seiner Wettbewerbsfähigkeit. Make-Automation ist der Unterschied zwischen digitalem Flaschenzug und Hochleistungs-Seilwinde. Und das Beste: Das Ganze ist längst kein Hexenwerk mehr. Die Tools sind verfügbar, die Schnittstellen offen – nur der Wille zum Umdenken fehlt oft. In diesem Artikel zerlegen wir Make-Automation technisch, kritisch und praxisnah. Kein Marketing-Blabla, sondern Hands-on-Strategien, mit denen du wirklich automatisierst. Willkommen im Maschinenraum der Effizienz. Willkommen bei 404.

Was ist Make-Automation? SEO-Power und Business-Vorteile auf einen Blick

Make-Automation – früher als Integromat bekannt – ist mehr als nur ein nettes Tool, um E-Mails zu verschicken oder Slack-Nachrichten zu posten. Es ist ein Cloudbasierter Automatisierungsdienst, der hunderte von Apps und Services über sogenannte Szenarien miteinander verbindet. Und zwar so, dass Daten, Workflows und Marketingprozesse komplett ohne manuelle Eingriffe ablaufen. Das Zauberwort dabei: API-Integration. Make spricht mit praktisch jedem System, das eine HTTP- oder REST-API bereitstellt – von CMS über CRM bis hin zu Analytics-Tools.

Im Online-Marketing ist Make-Automation deshalb ein echter Gamechanger. Warum? Weil du damit in der Lage bist, Reaktionszeiten zu minimieren, Fehlerquellen zu eliminieren und große Datenmengen effizient zu verarbeiten. Ein Beispiel: Ein neues Lead-Formular wird ausgefüllt → Make überprüft automatisch, ob der Lead schon im CRM ist, reichert ihn mit externen Daten an, verschickt personalisierte E-Mails und legt den Kontakt im Newsletter-Tool an. Alles ohne einen einzigen Klick von dir. Während andere noch die Daten von Hand abgleichen, läuft bei dir die Automationsmaschine auf Hochtouren.

Für SEO bedeutet das: Du kannst Content-Prozesse automatisieren, Backlink-Analysen regelmäßig ziehen, technische Audits anstoßen oder Indexierungsdaten sammeln – alles über automatisierte Workflows. Das spart nicht nur Ressourcen, sondern macht aus langweiligen Routineaufgaben echte Hebel für Sichtbarkeit und Performance. Wer clever automatisiert, gewinnt nicht nur Zeit, sondern auch Ranking-Power. Und das ist im Jahr 2024 keine Kür mehr, sondern Pflicht.

Was viele vergessen: Make-Automation ist kein “Fire-and-Forget”. Die besten Automationen sind modular, fehlertolerant und skalierbar gebaut. Wer sich darauf verlässt, dass Plug-and-Play-Szenarien aus der Galerie schon reichen, hat den Sinn der Sache nicht verstanden. Wirklich erfolgreiche Make-Automationen sind strategisch geplant, sauber dokumentiert und werden regelmäßig überwacht. Alles andere ist digitales Glücksspiel – und das verlieren bekanntlich immer die anderen.

Typische Fehler und Mythen – Warum deine Make-Automation trotzdem scheitert

Make-Automation klingt im Tutorial-Video immer sexy. In der Realität stolpern die meisten Projekte aber an den immer gleichen Fehlern. Der erste Mythos: “Make automatisiert alles von allein.” Falsch. Ohne saubere Datenstrukturen, klar definierte Trigger und eine durchdachte Fehlerbehandlung baust du dir mit Make-Automation bestenfalls eine Zeitbombe. Und die explodiert immer dann, wenn du es am wenigsten gebrauchen kannst.

Fehlerquelle Nummer zwei: Die Vernachlässigung von Logging und Monitoring. Jeder Automationsprozess braucht ein robustes Fehler-Handling – ob mit E-Mail-Alerts, Slack-Benachrichtigungen oder eigenen Logging-Datenbanken. Denn APIs ändern sich, Datenformate brechen, und Third-Party-Tools haben Ausfälle. Wer hier nicht sauber überwacht, steht im Worst Case mit kaputten Workflows und Datenchaos da.

Ein weiterer Irrtum: “Make ist nur für simple Tasks.” Tatsächlich lassen sich mit Make hochkomplexe Multi-Step-Szenarien bauen, die mehrere Plattformen, Datenbankabfragen und sogar externe Skripte orchestrieren. Aber: Je komplexer, desto wichtiger ist das Verständnis der technischen Grundlagen –

Stichwort: Webhooks, Iteratoren, Error-Handler und Data Stores. Wer hier blind nachbaut, produziert früher oder später ungewollte Endlosschleifen oder blockiert seine API-Limits.

Viele "Agenturen" verkaufen Make-Automation als Plug-and-Play-Lösung. Die Wahrheit: Jedes echte Business braucht individuelle Automationsstrecken. Standardlösungen sind bestenfalls ein Anfang, aber selten die Antwort auf deine spezifischen Anforderungen. Wer Make-Automation ernst meint, setzt auf individuelle Modul-Logik, testet ausgiebig – und ist bereit, regelmäßig nachzuschärfen. Nur so schaffst du einen echten Wettbewerbsvorteil.

Praxisbeispiel: Make-Automation im Online-Marketing – Leads, CRM und E-Mail vollautomatisch

Wie sieht eine Make-Automation aus, die nicht nur schick klingt, sondern auch Umsatz bringt? Hier ein Beispiel, das du so in keinem Agentur-Whitepaper findest: Ziel ist es, alle Leads einer Landingpage in Echtzeit ins CRM zu übertragen, mit externen Firmendaten anzureichern, ein individuelles Follow-Up zu verschicken und den Lead in die Marketing Automation zu überführen.

Die technische Basis: Make-Szenario mit Webhook-Trigger, HTTP-Module, Datenbankanbindung und E-Mail-Integrationen. Der Prozess läuft so:

- Neuer Lead füllt das Online-Formular aus – das Formular sendet die Daten per Webhook an Make.
- Make prüft: Ist die E-Mail bereits im CRM? Wenn ja, wird der Lead als Update markiert, sonst als neuer Datensatz angelegt.
- Firmendaten werden über einen externen API-Dienst (z.B. Clearbit) angereichert. So weißt du sofort, mit wem du es zu tun hast.
- Je nach Lead-Score wird eine individuelle E-Mail verschickt – entweder ein persönliches Angebot oder ein automatisierter Onboarding-Funnel.
- Alle Daten werden sauber in ein Google Sheet oder eine SQL-Datenbank geschrieben. Das macht späteres Reporting und Debugging zum Kinderspiel.
- Bei jedem Fehler (z.B. API-Ausfall, fehlende Felder) wird ein Alert ausgelöst – wahlweise per Slack, Teams oder E-Mail. So bleibt kein Fehler unentdeckt.

Das Ergebnis: Der komplette Lead-Flow läuft ohne einen einzigen manuellen Eingriff, Fehler werden sofort erkannt, und dein Vertrieb arbeitet immer mit aktuellen, validierten Daten. Nebenbei sparst du pro Woche Stunden an Fleißarbeit und hast ein System, das mit jedem neuen Lead automatisch mitwächst. Genau so funktioniert skalierbares Online-Marketing 2024 – und alles, was weniger ist, ist vergeudetes Potenzial.

Wichtig: Das Beispiel zeigt nur die Grundlogik. In der Praxis kommen noch

weitere Module dazu – z.B. Dublettenprüfung, Opt-in-Handling, Tracking-Integrationen und Reporting-Schnittstellen. Aber: Die technische Basis bleibt immer gleich – ein sauber geplantes, modular aufgebautes Make-Szenario mit robustem Fehler-Handling und sauberer Datenlogik. Wer das beherrscht, ist der Konkurrenz immer einen Schritt voraus.

Technische Essentials: Webhooks, APIs, Iteratoren und Data Stores – das Make- Automation-ABC

Wer Make-Automation wirklich rocken will, muss die technischen Basics verstehen – auch wenn sie in keinem Werbeprospekt stehen. Der wichtigste Begriff: Webhook. Ein Webhook ist ein HTTP-Endpunkt, der auf eingehende Daten von externen Systemen wartet. Das ist der klassische Trigger für jedes echte Make-Szenario. Sobald ein Formular, ein Shop oder eine App Daten an den Webhook sendet, startet der Workflow automatisch.

APIs sind das Rückgrat jeder Automatisierung. Make spricht mit REST-, SOAP- oder GraphQL-APIs und kann so praktisch jede erdenkliche Plattform anbinden. Wichtig: Authentifizierung, Rate Limits und Datenformate müssen sauber konfiguriert sein. Sonst ist der Ärger vorprogrammiert. Viele Fehler in Make-Automationen entstehen, weil API-Keys ablaufen, Endpunkte wechseln oder Datenschemata geändert werden – wer Monitoring und Alerts ignoriert, lebt gefährlich.

Iteratoren und Aggregatoren sind Module, die es ermöglichen, mit Datenmengen zu arbeiten – beispielsweise um alle Datensätze aus einer Tabellenzeile einzeln abzuarbeiten oder um Ergebnisse zu bündeln. Ohne diese Module stößt du schnell an die Grenzen von Make. Für größere Workflows unverzichtbar: Data Stores. Hier kannst du persistent Daten ablegen, um sie später wiederzuverwenden – etwa um Dubletten zu verhindern oder Status zu speichern.

Das alles klingt nach Overkill? Mag sein. Aber genau so entstehen robuste Automationsstrecken, die auch dann funktionieren, wenn der Traffic wächst, sich Datenstrukturen ändern oder APIs temporär schlappmachen. Wer die technischen Essentials ignoriert, baut Automationen auf Sand – und wundert sich später über Datenchaos, Endlosschleifen oder Totalausfall. Wer sie meistert, baut skalierbare, fehlertolerante und echt smarte Make-Automationen.

Schritt-für-Schritt: So baust

du eine Make-Automation, die wirklich funktioniert

Make-Automation ist kein Drag-and-Drop-Spielzeug. Wer es richtig macht, arbeitet systematisch und mit technischem Blick fürs Detail. Hier eine bewährte Schritt-für-Schritt-Anleitung für ein zukunftssicheres Make-Projekt:

- Prozess definieren: Was soll automatisiert werden? Zeichne den Workflow auf – vom Trigger bis zum letzten Output. Ohne klares Ziel ist jede Automation nur Spielerei.
- Datenquellen & Ziele festlegen: Welche Systeme sind beteiligt? Formulare, CRM, E-Mail-Tools, Datenbanken? Prüfe, ob APIs, Webhooks oder andere Integrationen verfügbar sind.
- Make-Szenario anlegen: Erstelle ein neues Szenario, setze den Trigger (z.B. Webhook, Zeitplan, Event) und baue die einzelnen Module in der gewünschten Reihenfolge auf.
- Module testen und Fehlerhandling integrieren: Teste jeden Schritt mit echten Daten. Füge Error-Handler, Logging und Benachrichtigungen hinzu – für maximale Ausfallsicherheit.
- Live-Schaltung und Monitoring: Schalte das Szenario live, setze Alerts für Fehler und prüfe regelmäßig die Logs. Nur wer überwacht, merkt rechtzeitig, wenn etwas schiefgeht.
- Iterieren & optimieren: Passe das Szenario bei Bedarf an, füge neue Module hinzu, optimiere Timeouts und Schnittstellen. Automatisierung ist ein Prozess, kein einmaliges Projekt.

Profi-Tipp: Dokumentiere jede Schnittstelle, jeden Datenpunkt und jeden Fehlerfall. Spätestens wenn du nach einem halben Jahr anpassen musst, wirst du dir dafür danken. Und: Baue lieber mehrere kleine, modulare Workflows als einen riesigen Monolithen. Das erhöht die Fehlertoleranz und vereinfacht Wartung sowie Debugging massiv.

Die besten Tools, Erweiterungen und Integrationen für Profi- Automatisierer

Make ist mächtig, aber nicht alles. Die beste Make-Automation lebt von den richtigen Extensions und Integrationen. Für komplexe Projekte sind folgende Tools unverzichtbar:

- Postman: Für API-Tests und Debugging. Hier prüfst du Endpunkte, Authentifizierung und Payloads, bevor du sie in Make einbaust.

- Google Sheets & BigQuery: Für Reporting, Datenpersistenz und Analyse. Perfekte Ergänzung für Marketing- und Sales-Automatationen.
- Zapier & n8n: Für Spezialfälle, in denen Make an seine Grenzen stößt (z.B. Multi-Step-Authentifizierung, komplexe Logik).
- Eigene Web-APIs: Für alles, was Make und die Standardmodule nicht können. Mit Python oder Node.js schreibst du eigene Endpunkte, die du in Make einbindest.
- Monitoring-Tools (z.B. UptimeRobot, StatusCake): Für die Überwachung von Webhooks, API-Endpunkten und Szenario-Status.

Echte Profis setzen auf eine Kombination aus Make, eigenen Skripten und spezialisierten Monitoring-Lösungen. Keine Automation ist fehlerfrei – aber mit den richtigen Tools ist jeder Fehler nur ein Datenpunkt, kein Fiasko. Und genau das macht erfolgreiche Make-Automateure aus: Sie lassen sich nicht von Technik beirren, sondern bauen Systeme, die laufen, wachsen und sich selbst überwachen.

Fazit: Make-Automation – Pflicht statt Spielerei für modernes Online-Marketing

Make-Automation ist längst kein Hype mehr. Sie ist die Antwort auf komplexe Marketingprozesse, steigenden Wettbewerbsdruck und den Zwang, schneller, effizienter und fehlerfreier zu arbeiten. Wer heute nicht automatisiert, verliert nicht nur Zeit, sondern auch Ranking, Leads und Umsatz. Make liefert das technische Fundament, aber das Mindset und die Architektur kommen von dir. Nur wer Automatisierung als strategisches Werkzeug begreift, wird im Online-Marketing 2024 noch eine Rolle spielen.

Die Wahrheit ist unbequem: Plug-and-Play reicht nicht. Wer Make-Automation clever, modular und fehlertolerant aufbaut, dominiert nicht nur die Routine, sondern schafft echte Innovationssprünge. Alles andere ist digitales Mittelmaß – und das überlassen wir gerne der Konkurrenz. Willkommen in der Zukunft, willkommen bei 404.