Mock up meistern: Kreative Konzepte für Marketingprofis

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 14. Februar 2026



Mock up meistern: Kreative Konzepte für Marketingprofis

Dein Chef will Ergebnisse sehen, dein Kunde erwartet Design in Perfektion – und du hockst in Figma und fragst dich, ob du überhaupt noch Marketing machst oder schon UX-Architekt bist? Willkommen im Zeitalter der Mockups, wo keine gute Kampagne ohne überzeugende Vorschau überlebt. Aber keine Sorge: Wir zerlegen den Mockup-Wahnsinn in seine Einzelteile – technisch, kreativ und

gnadenlos ehrlich. Zeit, dass du verstehst, warum gute Mockups keine Deko sind, sondern dein Schlüssel zu besseren Conversions, schnelleren Abnahmen und weniger Bullshit-Meetings.

- Was ein Mockup im Marketing wirklich ist – und warum es weit mehr als nur Design-Deko bedeutet
- Die wichtigsten Mockup-Formate – digital, interaktiv, responsive und sogar print
- Warum Mockups dein Conversion-Tool #1 sind (wenn du sie richtig einsetzt)
- Die besten Tools und Workflows für Marketingprofis mit technischem Anspruch
- Wie Mockups die Kommunikation zwischen Kunden, Designern und Entwicklern revolutionieren
- Typische Fehler in Mockup-Prozessen – und wie du sie vermeidest
- Warum Figma, Adobe XD & Co. kein Overhead, sondern Wachstumsfaktoren sind
- Schritt-für-Schritt-Anleitung für smarte Mockup-Konzepte im Online-Marketing
- Was Agenturen dir verschweigen – und was du wirklich brauchst
- Mockups als SEO- und UX-Hebel? Ja, du hast richtig gelesen

Mockup im Marketing: Definition, Nutzen und Missverständnisse

Ein Mockup im Marketing ist kein schickes Bildchen für die Präsentation. Es ist ein funktionaler Prototyp – visuell, strukturell und oft sogar interaktiv. Es zeigt, wie ein Produkt, eine Landingpage, ein Newsletter oder eine App tatsächlich wirken wird. Und genau deshalb ist es so verdammt wichtig. Ein gutes Mockup spart Zeit, Geld und Nerven – weil es frühzeitig Schwächen im Konzept zeigt, Erwartungen klärt und Entscheidungsprozesse beschleunigt.

Die häufigste Fehlannahme: Ein Mockup sei nur etwas für Designer. Falsch. Mockups sind ein kritisches Tool für Marketingprofis, Projektmanager, Entwickler und Kunden. Sie machen Ideen sichtbar, testbar und diskutierbar – lange bevor der erste Code geschrieben oder das erste Werbebudget verbrannt wurde. Wer seinen Funnel ernst nimmt, beginnt nicht mit Headlines, sondern mit einem strukturierten Mockup-Konzept.

Mockups helfen dir, die Customer Journey greifbar zu machen. Visuelle Hierarchien, Call-to-Actions, Conversion-Zonen – all das kannst du in einem Mockup simulieren, testen und optimieren. Ohne Risiko, ohne Reibungsverluste. Und wenn du’s richtig machst, brauchst du später weniger Revisionen, weniger Korrekturrunden und bekommst schneller dein Go.

Ein weiterer Vorteil: Mockups sind das perfekte Briefing-Tool. Sie zeigen

Entwicklern, was du meinst – pixelgenau. Sie zeigen Kunden, was sie bekommen – ohne schwammige Beschreibungen. Und sie zwingen dich, präzise zu planen – statt wild drauflos zu designen. Kurz gesagt: Mockups sind das strategische Rückgrat moderner Marketingprojekte.

Wer heute ohne Mockup arbeitet, arbeitet ineffizient. Punkt.

Die wichtigsten Mockup-Typen für Online-Marketing-Kampagnen

Mockup ist nicht gleich Mockup. Je nach Projektziel, Kanal und Zielgruppe unterscheiden sich die Anforderungen massiv. Und nein, ein Screenshot in PowerPoint ist kein Mockup. Professionelle Marketingteams setzen auf differenzierte Mockup-Typen, die auf den jeweiligen Touchpoint zugeschnitten sind. Hier ein Überblick über die wichtigsten Formate:

- Static Mockups: Klassische Layouts als PNG oder JPEG – ideal für schnelle Freigaben oder einfache Print-Vorlagen.
- Clickable Prototypes: Interaktive Mockups mit klickbaren Hotspots – perfekt für Landingpages, Funnels oder Apps.
- Responsive Mockups: Varianten für Desktop, Tablet und Mobile – ein Muss für Mobile-First-Kampagnen und SEO-optimierte Layouts.
- Animated Mockups: Mit Microinteractions und Transitions – zeigen, wie sich Elemente verhalten, wenn sie genutzt werden.
- Code-based Mockups: HTML/CSS-Prototypen – ideal für Entwicklerteams, die direkt auf Basis des Mockups weiterarbeiten wollen.

Jede dieser Varianten hat ihre Berechtigung – abhängig vom Ziel. Willst du eine Idee pitchen? Dann reicht oft ein statisches Mockup. Willst du Conversion-Optimierung betreiben? Dann brauchst du interaktive Prototypen mit realistischer UX. Willst du SEO und Page Speed im Blick behalten? Dann geht nichts über Code-nahe Mockups mit echtem DOM-Output.

Mockups sind also kein Selbstzweck – sie sind taktische Werkzeuge. Und wie bei jedem Werkzeug gilt: Nutze das richtige für den richtigen Job.

Mockups als Conversion-Booster: UX trifft KPI

Mockups sind nicht nur hübsch – sie sind messbar effektiv. Ein durchdachtes Mockup verbessert nicht nur die User Experience, sondern hat direkten Einfluss auf deine Conversion Rate. Warum? Weil es dir erlaubt, visuelle und strukturelle Entscheidungen datenbasiert zu treffen – bevor du live gehst.

Ein gutes Mockup berücksichtigt Heatmap-Daten, Scroll-Tiefen, Clickmaps und Conversion-Funnels. Es testet Varianten von Headlines, CTA-Positionen, Farbschemata und Content-Blöcken – ohne dass du dafür A/B-Tests in der echten

Welt fahren musst. Das spart nicht nur Budget, sondern auch wertvolle Zeit.

Gerade bei komplexen Produkten oder erklärungsbedürftigen Leistungen ist ein Mockup ein psychologisches Werkzeug. Es zeigt deinen Nutzern, was sie erwartet – reduziert kognitive Dissonanz und erhöht die Handlungsbereitschaft. Du simulierst Vertrauen, bevor das Produkt überhaupt existiert. Klingt manipulativ? Willkommen im Marketing.

Mockups sind außerdem ein Frühwarnsystem. Sie decken UX-Probleme auf, bevor sie teuer werden. Sie zeigen, ob deine Botschaft ankommt, ob deine Struktur logisch ist, ob dein Value Proposition klar wird. Und sie liefern die Grundlage für Usability-Tests – im besten Fall noch vor der ersten Zeile Code.

Fazit: Wer Conversion optimieren will, muss Mockup-Prozesse professionalisieren. Alles andere ist Raten auf hohem Niveau.

Die besten Tools für Mockups im Marketing-Stack

Tool-Overkill ist real – aber das heißt nicht, dass du auf die richtigen Werkzeuge verzichten solltest. Für professionelle Mockup-Prozesse brauchst du Tools, die kollaborativ, flexibel und developer-kompatibel sind. Hier sind die Tools, die du wirklich brauchst – und warum:

- Figma: Der Platzhirsch unter den Design-Tools. Webbasiert, kollaborativ, mit Komponentenlogik, Auto Layout und Developer-Handoff. Pflicht für agile Teams.
- Adobe XD: Stark bei Animationen und interaktiven Prototypen. Gut integrierbar in die Adobe Creative Cloud.
- Sketch: Mac-only, aber stark im UI-Design. In Kombination mit Zeplin ein solides System für Design-to-Dev-Workflows.
- Framer: Für High-Fidelity-Prototypen mit echter Logik. Ideal, wenn du komplexe Interaktionen simulieren willst.
- InVision: Klassiker für klickbare Prototypen, besonders im Agenturkontext. Heute weniger innovativ, aber immer noch solide.

Zusätzlich solltest du Tools für Feedback und Versioning im Einsatz haben – z. B. FigJam, Miro oder Notion. Denn ein Mockup ist nur so gut wie der Dialog, den es auslöst. Und der beginnt nicht mit einem PDF im Anhang, sondern mit kollaborativen Workflows, klaren Kommentaren und sauberer Dokumentation.

Entscheidend ist: Dein Toolset muss zu deinem Team passen. Wenn dein Entwicklerteam React schreibt, bringt dir ein statisches Mockup nichts. Wenn dein Kunde keine Tools bedienen kann, brauchst du einfache Viewer. Und wenn du agil arbeitest, muss dein Mockup-Tool versionierbar, dokumentierbar und API-fähig sein.

Mockup-Tools sind kein Overhead. Sie sind der operative Unterbau für saubere

Kommunikation.

Step-by-Step: So baust du ein Mockup, das verkauft

Mockup ist nicht gleich Mockup. Wer einfach nur ein hübsches Layout bastelt, macht halbe Arbeit. Gute Mockups folgen einem strukturierten Prozess – strategisch, visuell und technisch. Hier ist ein bewährter Ablauf, der dich vom leeren Board zum überzeugenden Konzept bringt:

1. Zieldefinition
   Was soll das Mockup leisten? Pitch, Testing, Conversion-Optimierung, UX-Prototyping? Ohne klares Ziel wird dein Mockup beliebig.
2. Content-Strategie
   Welche Inhalte müssen rein? Welche Struktur ergibt Sinn? Welche User Journey willst du abbilden? Skizziere das auf Papier oder in einem Wireframing-Tool.
3. Layout und Design
   Erstelle ein visuelles Grundgerüst – mit Grid-System, Typografie, Farbkonzept und UI-Komponenten. Nutze Design-Systeme, wenn vorhanden.
4. Interaktivität einbauen
   Setze Klickpfade, Overlays, Scrollverhalten und Animationen. Teste die User Experience in realistischer Umgebung.
5. Feedback einholen
   Teile das Mockup mit Stakeholdern, entwickle Varianten, hole strukturiertes Feedback ein. Tools wie Figma Comments oder Marker.io helfen hier enorm.
6. Developer-Handoff vorbereiten
   Nutze Inspect-Funktionen, Assets-Export und Styleguides, um das Mockup sauber an Entwickler zu übergeben.

Wichtig: Iteriere. Ein Mockup ist kein Endprodukt, sondern ein Arbeitsstand. Und nur, wenn du diesen Prozess ernst nimmst, wird daraus ein Tool, das Ergebnisse bringt – keine hübsche Fassade.

Fazit: Mockups sind kein Design-Spielzeug – sie sind Business-Assets

Wenn du bis hier gelesen hast, weißt du: Mockups sind weit mehr als visuelle Vorschauen. Sie sind strategische Werkzeuge, die über Erfolg oder Misserfolg deiner Kampagnen entscheiden können. Sie sparen Ressourcen, beschleunigen Prozesse und schaffen Klarheit – intern wie extern. Und sie helfen dir, bessere Entscheidungen zu treffen, bevor sie teuer werden.

Wer Mockups heute noch als lästige Pflicht oder Designer-Gimmick sieht, hat den Ernst der Lage nicht verstanden. Im digitalen Marketing 2025 sind sie das Fundament jeder erfolgreichen Kampagne. Sie verbinden Strategie mit Design, Technik mit Kommunikation, und Conversion mit Kreativität. Nutze sie – oder verliere.