Mockups meistern: Kreative Tools für Marketing-Profis

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 12. Februar 2026



Mockups meistern: Kreative Tools für Marketing-Profis

Dein Design sieht aus wie ein Picasso auf Speed, deine Idee ist genial – aber dein Pitch geht trotzdem baden, weil dein Mockup aussieht wie aus PowerPoint 2003? Willkommen im Club der Marketing-Masochisten. Wer 2025 noch ohne professionelle Mockup-Tools arbeitet, spielt im Marketing-Limbo ganz unten mit. In diesem Artikel zeigen wir dir, warum Mockups mehr sind als nur schöne

Bilder: Sie sind das visuelle Rückgrat deiner Kommunikation, das letzte Argument im Kundengespräch – und die Waffe, mit der du intern wie extern überzeugst. Klartext: Wer Mockups nicht beherrscht, verliert. Punkt.

- Was ein Mockup wirklich ist – und warum es nicht einfach nur "Schönmacherei" ist
- Warum Mockups im Marketing 2025 unverzichtbar sind – vom Pitch bis zur Conversion
- Die besten Tools für Mockups: Figma, Adobe XD, Sketch, Canva & Co. im Vergleich
- Mockups in der Praxis: So überzeugst du Stakeholder, Kunden und dein eigenes Team
- Technische vs. kreative Anforderungen: Wie du beides unter einen Hut bekommst
- Warum mobile-first auch beim Mockup-Design Pflicht ist – und wie du das machst
- Step-by-Step: So baust du ein Killer-Mockup, das nicht nur hübsch aussieht
- Fehler, die du vermeiden solltest – und wie schlechte Mockups dein Projekt killen
- Mockup-Tools für Pros vs. Tools für Blender – die ehrliche Differenzierung
- Fazit: Warum du ohne Mockup-Skills in Marketing nichts mehr verloren hast

Was ist ein Mockup? Mehr als nur Pixel-Schubserei für Marketing-Profis

Fangen wir an mit dem, was ein Mockup eigentlich ist – und was es nicht ist. Ein Mockup ist kein Screenshot mit Stockfoto-Hintergrund. Es ist auch keine PowerPoint-Folie mit Lorem Ipsum. Ein Mockup ist ein interaktives, visuelles Abbild eines Produkts oder einer Idee, das so realitätsnah wie möglich zeigt, wie etwas später aussehen oder funktionieren soll. Es ist die Brücke zwischen Konzept und Realität – und oft der einzige Grund, warum ein Stakeholder "Ja" sagt.

In der Marketingwelt bedeutet ein gutes Mockup: Du kannst deinem Kunden zeigen, wie deine Kampagne auf dem Smartphone aussehen wird, wie die neue Web-App gestaltet ist oder wie die Verpackung auf dem Regal wirkt – bevor auch nur eine Zeile Code geschrieben oder ein Pixel finalisiert wurde. Es geht nicht um hübsch. Es geht um Wirkung. Und zwar sofort. In einer Welt, in der Aufmerksamkeitsspannen kürzer sind als TikTok-Videos, ist ein starkes Mockup deine Eintrittskarte zur Conversion.

Technisch betrachtet handelt es sich bei Mockups um High-Fidelity-Designs, die in Tools wie Figma, Adobe XD oder Sketch erstellt werden. Sie simulieren die Endform eines Produkts oder Interfaces – und das möglichst genau. Farben,

Fonts, Abstände, Interaktionen: Alles ist definiert. Und genau das macht den Unterschied zwischen “wir könnten das machen” und “wir machen das so”.

Für Marketing-Profis bedeutet das: Du brauchst nicht nur gestalterisches Verständnis, sondern auch technisches Know-how, um Mockup-Tools sinnvoll zu nutzen. Wer nicht weiß, was Auto Layout, Component States oder Prototyping bedeutet, steht im digitalen Pitch-Vergleich auf der Stelle. Und ja: Das merkt der Kunde.

Warum Mockups 2025 zum Pflichtprogramm für jede Marketingstrategie gehören

Mockups sind kein Nice-to-have mehr. Sie sind das neue Briefing. Das neue Konzept. Der neue Pitch. Warum? Weil sie Zeit sparen, Missverständnisse verhindern und Entscheidungen beschleunigen. In Zeiten von agilen Prozessen, Rapid Prototyping und MVP-Denken (Minimum Viable Product) kann sich niemand mehr langwierige Abstimmungsschleifen leisten. Ein gutes Mockup sagt mehr als zehn Seiten Konzepttext – und jeder Entscheider weiß das.

Im Marketing spielen Mockups heute in fast jedem Bereich eine zentrale Rolle. Ob Landing Pages, Social Ads, Newsletter, Mobile Apps oder ganze Markenauftritte – wer nicht visuell kommuniziert, verliert. Dabei geht es nicht nur um Design – sondern um strategisches Storytelling. Ein Mockup transportiert Vision, Funktionalität und Nutzererlebnis in einem einzigen Bild. Und das ist Gold wert, wenn du Kunden überzeugen willst.

Hinzu kommt: Dank Tools wie Figma, Adobe XD und Co. ist der Einstieg einfacher denn je. Du brauchst keine zehn Jahre Photoshop-Erfahrung mehr, um ein hochwertiges Mockup zu bauen. Was du brauchst, ist ein technisches Grundverständnis, etwas visuelles Feingefühl – und die Bereitschaft, deine alten PowerPoint-Gewohnheiten über Bord zu werfen. Denn die Zeiten, in denen man mit Clipart durchkam, sind endgültig vorbei.

Auch intern sind Mockups ein Gamechanger. Sie helfen Teams, schneller auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen. Sie machen abstrakte Ideen greifbar. Und sie reduzieren endlose Feedback-Schleifen. Wer einmal erlebt hat, wie schnell ein Projekt durch ein gutes Mockup Fahrt aufnimmt, will nie wieder ohne arbeiten.

Die besten Mockup-Tools für Marketing-Profis im Jahr 2025

Die Tool-Landschaft für Mockups ist 2025 so vielfältig wie unübersichtlich. Zwischen Pro-Tools, No-Code-Editoren und Blender-Apps verstecken sich echte

Perlen – und jede Menge Zeitfresser. Hier ein ehrlicher Überblick über die relevantesten Tools, ihre Stärken und Schwächen.

- Figma
  Das Schweizer Taschenmesser für kollaboratives Design. Cloud-basiert, schnell, durchdacht. Auto Layout, Komponenten, Prototyping – alles drin. Ideal für Teams, Agenturen und fortgeschrittene Marketer.
- Adobe XD
  Der solide Allrounder aus dem Adobe-Universum. Gut für jene, die eh in der Creative Cloud leben. Performance top, Plugins okay, aber UX nicht ganz so slick wie Figma.
- Sketch
  Mac-only – aber für viele Designer immer noch erste Wahl. Riesige Plugin-Community, stark für UI-Designs. Schwäche: Zusammenarbeit in großen Teams ist umständlich.
- Canva
  Für Einsteiger und schnelle Mockups im Social-Bereich. Einfach, intuitiv, aber begrenzt. Kein echtes Prototyping, keine Design-Systeme. Für Profis eher als Ergänzung geeignet.
- Framer
  Wenn du interaktive Prototypen brauchst, die sich wie echte Apps anfühlen. Etwas steilere Lernkurve – aber dafür wow-Faktor garantiert. Besonders stark im Mobile-Umfeld.

Wichtig: Kein Tool macht aus einem schlechten Konzept ein gutes Mockup. Aber ein gutes Tool kann helfen, deine Idee präzise, überzeugend und effizient zu visualisieren. Unser Tipp: Fang mit Figma an. Es ist kostenlos, mächtig und der Branchenstandard. Alles andere ist Geschmackssache – oder Legacy-Denken.

Step-by-Step: So baust du ein überzeugendes Mockup, das konvertiert

Mockup-Design ist kein Kunstprojekt. Es ist funktionales Marketing-Handwerk. Und wie jedes Handwerk braucht auch das eine gute Methodik. Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie du ein Mockup baust, das nicht nur hübsch aussieht, sondern auch verkauft:

1. Definiere dein Ziel
   Was willst du mit dem Mockup erreichen? Aufmerksamkeit? Verständnis? Entscheidung? Ohne klares Ziel wird dein Design beliebig – und das merkt jeder Betrachter.
2. Wähle das richtige Tool
   Figma, XD, Sketch – je nachdem, wie komplex und interaktiv dein Mockup werden soll. Für einfache Use Cases reicht auch mal Canva.
3. Arbeite mit echten Inhalten
   Lass Lorem Ipsum hinter dir. Nutze echte Texte, echte Bilder, echte Daten. Das wirkt nicht nur realistischer, sondern deckt auch Schwächen

früher auf.
4. Nutze Design-Systeme
   Arbeite mit Komponenten, Grids, Farben und Typografie aus einem System. Das spart Zeit, vermeidet Inkonsistenzen und macht spätere Übergaben an Entwickler einfacher.
5. Teste dein Mockup
   Zeig es Kollegen, Kunden oder Testpersonen. Achte auf Reaktionen, Verständnis, Fragen. Iteriere. Mockups sind lebendig – nutze das.

Und noch ein Tipp für Fortgeschrittene: Nutze Interaktionen. Ein klickbarer Prototyp wirkt zehnmal überzeugender als ein statisches Bild. Besonders bei Mobile- oder Web-App-Mockups ist das entscheidend. Zeig, wie sich der Nutzer bewegt – nicht nur, was er sieht.

Was du beim Mockup-Design unbedingt vermeiden solltest

So gut ein Mockup sein kann – so schnell kann es auch nach hinten losgehen. Hier die häufigsten Fehler, die du besser nicht machst, wenn du ernst genommen werden willst:

- Falsche Größenverhältnisse
  Ein Smartphone-Mockup, bei dem der Text nur unter dem Mikroskop lesbar ist? Peinlich. Immer mit realen Viewport-Größen arbeiten.
- Unrealistische Inhalte
  Stockfotos mit perfekten Menschen, Fantasiepreise oder übertriebene Features? Das wirkt schnell wie ein Blender-Konzept. Authentizität schlägt Glanz.
- Zu viel Schnickschnack
  Animationen, Schatten, Effekte – alles schön, aber nur wenn sie nicht vom Kern ablenken. Fokus auf Funktion und Message, nicht auf Design-Gimmicks.
- Keine mobile Version
  2025 ist mobile-first kein Buzzword, sondern Erwartung. Jedes Mockup ohne mobile Variante ist ein Projekt mit eingebautem Conversion-Leck.
- Fehlender Kontext
  Mockups müssen erklären, was sie zeigen. Eine Landingpage ohne Einsatzzweck bleibt ein hübsches Bild. Gib deinem Design einen Rahmen.

Und der schlimmste Fehler? Zu glauben, dass dein Mockup selbsterklärend ist. Ist es nicht. Nie. Deshalb: Kontext geben, Ziel benennen, Fokus setzen. Dann klappt’s auch mit dem Kunden.

Fazit: Mockups sind deine neue

Marketing-Währung

Wer 2025 im Marketing erfolgreich sein will, muss visuell denken – und visuell überzeugen. Mockups sind dabei kein Werkzeug für Designer, sondern ein strategisches Mittel für Kommunikation, Überzeugung und Conversion. Sie helfen dir, schneller zu entscheiden, besser zu verkaufen und Projekte effizienter umzusetzen. Und das ist in einer Welt, in der Zeit Geld ist, unbezahlbar.

Also hör auf, deine Ideen in Text-Wüsten zu versenken. Bau Mockups. Gute. Realistische. Interaktive. Und vor allem: Nutze Tools, die dich wirklich weiterbringen – nicht solche, die nur hübsch aussehen. Denn im Marketing zählt nicht, was du denkst, sondern was du zeigst. Mockups sind die Sprache der Zukunft. Sprich sie fließend – oder bleib offline.