

mural

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 30. Januar 2026



Mural im Online-Marketing: Kreativstrategien für Profis, die nicht auf Canva klicken

Wenn du glaubst, Online-Marketing sei nur Zahlen, KPIs und langweilige Dashboards, dann hast du das kreative Rückgrat deiner Strategie verpasst. Willkommen bei Mural – dem Tool, das aussieht wie ein Whiteboard auf Speed, aber dein gesamtes Marketing-Team synchronisiert, visualisiert und kollaborativ aus dem Tiefschlaf reißt. Schluss mit PowerPoint-Folter und

Excel-Zombies: Hier bekommst du die Kreativstrategie, die selbst deinen CEO von der Zoom-Müdigkeit heilt.

- Was Mural ist – und warum es mehr ist als ein digitales Whiteboard
- Wie du Mural als zentrales Kollaborationstool im Online-Marketing einsetzt
- Kreativprozesse strukturieren: Von Brainstorming bis Kampagnenplanung
- Warum Mural die Geheimwaffe für agile Marketing-Teams ist
- Integrationen, Templates und Automationen: So holst du alles raus
- Best Practices, die dir den Unterschied machen – und Fehler, die du garantiert machen wirst
- Mural vs. Miro vs. Notion vs. PowerPoint: Der brutale Vergleich
- Wie du Mural in deine SEO-, Content- und Social-Strategie einbaust
- Warum ohne visuelle Kollaboration deine Conversion-Rate leidet
- Fazit: Mural ist kein Tool für hübsche Bilder – sondern für echte Ergebnisse

Was ist Mural? – Das digitale Whiteboard für Online-Marketing-Strategen

Mural ist kein weiteres Tool in deiner eh schon überladenen SaaS-Toolbox – es ist die visuelle Kommandozentrale für kreative Online-Marketing-Teams. Anders als bei klassischen Projektmanagement-Tools steht hier nicht die To-do-Liste im Vordergrund, sondern der Denkprozess. Mural ist ein browserbasiertes Collaboration-Tool, das visuelles Denken, Brainstorming und Teamwork in einer Oberfläche vereint. Ja, es sieht aus wie ein Whiteboard. Aber es kann mehr.

Im Zentrum steht die Idee, komplexe Zusammenhänge sichtbar zu machen. Denk an Customer Journeys, Content-Strategien, Funnel-Maps oder Linkbuilding-Architekturen – all das kannst du mit Mural nicht nur darstellen, sondern gemeinsam mit deinem Team in Echtzeit weiterentwickeln. Dabei setzt Mural auf freie Arbeitsflächen, sogenannte „Murals“, auf denen du mit Sticky Notes, Icons, Frameworks, Templates und Zeichnungen arbeitest. Alles ist drag & drop, alles ist kollaborativ.

Und genau das macht Mural im Online-Marketing so mächtig: Strategien sind selten linear. Die besten Ideen entstehen nicht in Excel-Zellen oder Google Docs, sondern im kreativen Chaos. Mural erlaubt genau dieses kontrollierte Chaos – mit Struktur, Wiederverwendbarkeit und Integration in bestehende Systeme.

Für Marketer bedeutet das: Du brauchst kein Designer zu sein, um visuell zu denken. Du brauchst nur ein Tool, das dich nicht ausbremst. Und das ist Mural. Punkt.

Mural im Online-Marketing: Use Cases, die dein Team wirklich braucht

Die Einsatzmöglichkeiten von Mural im Online-Marketing sind so vielfältig wie die Buzzwords auf einer Agentur-Website. Aber im Kern geht es um eins: bessere Kommunikation, klarere Strategien, schnellere Umsetzung. Hier sind die wichtigsten Use Cases, die dir wirklich etwas bringen – und nicht bloß hübsch aussehen.

1. Brainstorming und Ideenfindung

Ob Content-Marketing-Kampagnen, neue PPC-Strategien oder Social-Media-Formate – alles beginnt mit Ideen. Und die entstehen besser, wenn alle gleichzeitig denken dürfen. Mit Mural kannst du kollaborative Brainstorming-Sessions durchführen, bei denen jeder gleichzeitig post-its auf das Board werfen kann – ohne sich gegenseitig zu unterbrechen.

2. Kampagnenplanung und Funnels visualisieren

Du kannst komplette Customer Journeys, Funnels, A/B-Testpläne oder Retargeting-Strategien visuell aufbauen. Und zwar so, dass auch der Praktikant sie versteht – und der CTO sie nicht völlig ignoriert. Templates wie „Customer Journey Map“, „Empathy Map“ oder „Value Proposition Canvas“ sind bereits integriert.

3. Content-Strategie und Redaktionsplanung

Warum deine Redaktionsplanung noch in Google Sheets stattfindet, weißt du wahrscheinlich selbst nicht mehr. Mit Mural kannst du Themencluster, Content-Pipelines und SERP-Analysen so darstellen, dass dein gesamtes Team inhaltlich synchron bleibt – besonders in SEO-getriebenen Umfeldern ein Gamechanger.

4. Kreativ-Workshops mit Kunden oder Stakeholdern

Online-Workshops sind meistens Pain pur. Mural macht Schluss mit der Zoom-Monotonie. Du kannst interaktive Sessions mit Kunden durchführen, Personas entwickeln, Feedback visualisieren und gemeinsame Entscheidungen treffen – alles in Echtzeit. Und das Ganze sieht dabei nicht aus wie ein 90er-Jahre-PowerPoint-Trauma.

Agile Marketingprozesse mit Mural umsetzen – aber richtig

Agilität ist das Buzzword der Dekade. Aber während viele Teams „agil“ sagen, arbeiten sie weiter in starren Prozessen. Mural kann das ändern – wenn du es richtig einsetzt. Im Kontext agiler Marketing-Methoden wie Scrum oder Kanban ist Mural das visuelle Rückgrat für Sprint-Planung, Retrospektiven, User Story Mapping oder Stand-ups.

Ein typischer Use Case: Du planst deinen nächsten Marketing-Sprint. Statt ein Jira-Board aufzusetzen, das aussieht wie die Rückseite eines DSL-Routers, visualisierst du den Sprint in Mural. Mit Swimlanes, Sticky Notes und klaren Verantwortlichkeiten. Das macht nicht nur mehr Spaß – es sorgt auch für mehr Klarheit und Ownership im Team.

Auch bei Retrospektiven liefert Mural echte Mehrwerte. Statt Standardfragen abzuklappen, kannst du interaktive Templates wie „Mad-Sad-Glad“ oder „Sailboat“ einsetzen, um echtes Feedback zu erhalten. Das Resultat ist keine Excel-Tabelle, sondern ein lebendiges Dokument der Teamdynamik.

Und ja: Du kannst Mural mit Tools wie Jira, Confluence, Microsoft Teams oder Slack verbinden. Damit wird es nicht zum Parallel-Universum, sondern zum integralen Bestandteil deines Marketing-Stacks.

Templates, Integrationen und Automationen: Mural effizient nutzen

Der wahre Wert von Mural liegt nicht nur in der unendlichen weißen Fläche, sondern in den Templates und Integrationen, die dir Stunden an Arbeit sparen. Mural bietet hunderte vorgefertigte Templates für Marketing, UX, Strategie, Innovation und Design Thinking. Und ja – sie sind tatsächlich brauchbar. Nicht wie die halbgaren PowerPoint-Vorlagen, die du seit Jahren mit dir rumschleppst.

Wichtige Templates für Marketer sind unter anderem:

- Customer Journey Map
- Content Calendar
- SEO Content Framework
- Social Media Playbook
- Campaign Planning Canvas
- Persona Development Boards

Was die Integrationen betrifft, spricht Mural viele Sprachen: Slack, Microsoft Teams, Google Workspace, Jira, Asana, Trello, Zoom – alles an Bord. Damit kannst du Murals in Meetings einbinden, Aufgaben aus Stickies generieren oder Kommentare in Echtzeit synchronisieren. Wenn du willst, kannst du sogar Webhooks und Zapier nutzen, um Automationen zu bauen. Zum Beispiel: Neue Kampagnenidee in Mural = neuer Task in Asana. Smart, oder?

Für Power-Nutzer lohnt sich der Blick auf die Mural API. Darüber kannst du eigene Anwendungen andocken, Dashboards generieren oder Mural-Daten in Analytics-Prozesse einbinden. Klingt nerdy – ist es auch. Aber genau das ist der Unterschied zwischen Tool-User und Strategie-Macher.

SEO, Content-Marketing und Mural: So schließt sich der Kreis

Mural ist kein typisches SEO-Tool. Aber es ist das fehlende Glied zwischen Strategie und Umsetzung. SEO braucht Planung – und zwar visuell. Ob du eine Content-Gap-Analyse machst, Themencluster definierst oder deine Pillar-Page-Strategie entwickelst: Mural macht's sichtbar.

Beispiel: Du willst eine neue Content-Strategie für deine Money Pages aufbauen. Statt dich durch Screaming Frog-Exports zu quälen, visualisierst du in Mural die SERP-Landschaft, baust Keyword-Cluster, ordnest Intent-Typen zu und planst interne Verlinkungen. Das Ganze in einem Board, das dein gesamtes Team versteht. Und das du regelmäßig aktualisierst.

Auch bei der Planung von Linkbuilding-Kampagnen oder Outreach-Strategien kann Mural helfen. Du kannst Zielseiten, Linkquellen, Outreach-Timelines und Response-Raten darstellen – ohne in 15 Tools gleichzeitig zu arbeiten. Und ja: das macht einen Unterschied, wenn du skalieren willst.

Für Content-Kampagnen kannst du Storyboards entwickeln, visuelle Briefings erstellen oder sogar UX-Flows mappen. Alles in einem Umfeld, das Kreativität fördert statt sie zu blockieren. Und das ist letztlich das, was gutes Marketing von Mittelmaß unterscheidet.

Fazit: Mural ist kein nettes Extra – es ist die Kreativzentrale deines Marketings

Wenn dein Marketing-Team noch immer in Tabellen denkt, wird es Zeit für ein radikales Upgrade. Mural ist kein weiteres Tool in der Cloud-Wüste, sondern ein Gamechanger für Teams, die kollaborativ, kreativ und strategisch arbeiten wollen. Es bringt Struktur ins kreative Chaos – und Chaos in die verkrustete Struktur deiner bisherigen Prozesse. Und genau das brauchst du.

In einer Welt, in der Marketing immer schneller, komplexer und interdisziplinärer wird, ist visuelle Zusammenarbeit kein Luxus – sondern Überlebensstrategie. Mural gibt dir die Tools, Templates und Integrationen, die du brauchst, um nicht nur hübsche Kampagnen zu bauen, sondern echte Ergebnisse zu liefern. Der Rest ist Canva. Und das ist kein Kompliment.