Johannes im Online-Marketing: Clever, Kompetent, Unverzichtbar

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 15. Februar 2026



Johannes im Online-Marketing: Clever,

Kompetent, Unverzichtbar

Er ist in keiner Agenturmappe, taucht in keiner Teamvorstellung auf und trotzdem ist er überall: Johannes. Der stille Held im Online-Marketing, der keine Awards gewinnt, aber die Kampagnen rettet. Wer ist dieser Typ, der nie auf der Bühne steht, aber ohne den nichts funktioniert? Willkommen bei der ungeschönten Analyse eines unterschätzten Phänomens – und warum dein gesamter digitaler Erfolg von ihm abhängt.

- Wer oder was ist „Johannes“ – und warum ist er in jeder erfolgreichen Marketingstruktur unverzichtbar?
- Die Eigenschaften, die Johannes zum unsichtbaren Backbone deiner Online-Strategie machen
- Wie Johannes technische, analytische und kreative Kompetenzen vereint – ohne Drama
- Warum du ohne deinen „Johannes“ im Team garantiert gegen die Wand fährst
- Typische Aufgaben, die er übernimmt – und warum sie entscheidend sind, aber nie sexy wirken
- Wie du erkennst, ob du einen Johannes brauchst (Spoiler: du brauchst einen)
- Warum Johannes keine Berufsbezeichnung ist, sondern ein Mindset
- Was passiert, wenn Johannes geht – oder nie da war
- Wie du deinen eigenen Johannes findest oder selbst einer wirst

Johannes ist kein Name – Johannes ist ein System

Wenn wir hier von „Johannes“ sprechen, meinen wir keine reale Person – zumindest nicht ausschließlich. Johannes ist die Verkörperung einer Funktion, die in jedem erfolgreichen Online-Marketing-Projekt existiert, aber selten einen offiziellen Titel trägt. Er ist derjenige, der die Lücken zwischen den Silos füllt: zwischen SEO und Dev, zwischen Performance und Kreation, zwischen Toolstack und Realität. Johannes ist das Klebeband, das alles zusammenhält – ohne zu glänzen, ohne zu klagen.

In der Praxis ist Johannes oft der technische Projektmanager, der SEO-Lead mit Code-Ahnung oder der Performance-Marketer, der auch mal ein Deployment fährt. Er kennt sich mit APIs aus, versteht Tracking-Setups, kann Google Tag Manager konfigurieren, weiß, was ein CORS-Fehler ist, und regt sich über GPT-generierten Content auf, weil er die Canonicals killt. Johannes ist derjenige, der nachts um zwei das SSL-Zertifikat erneuert, damit die Kampagne am nächsten Morgen livegehen kann – und niemand bekommt es mit.

Er ist kein Spezialist, sondern ein Generalist mit Tiefgang. Ein T-Shaped-Profil, das in der Lage ist, unterschiedliche Disziplinen zu überbrücken und dort anzusetzen, wo alle anderen aufhören. Johannes ist weder Dev noch Designer, weder Texter noch Analyst – und doch ist er alles davon ein

bisschen. Und genau deshalb ist er unverzichtbar.

Ohne Johannes scheitern Projekte nicht spektakulär – sie versanden. Sie laufen zäh, langsam, ineffizient. Sie kriegen keine Traktion, weil niemand die technischen Stolpersteine identifiziert. Sie verpuffen, weil niemand die Verbindung zwischen Idee und Ausführung herstellt. Johannes ist das Anti-Meeting. Er macht einfach – während andere noch diskutieren.

Technische Exzellenz trifft pragmatische Umsetzung: Das Skillset von Johannes

Was macht Johannes so effektiv? Es ist nicht nur seine Technikaffinität. Es ist die Kombination aus Verständnis, Pragmatismus und Umsetzungsstärke. Er ist ein Hybrid – halb Entwickler, halb Marketer, halb Analyst (ja, wir wissen, das sind drei Hälften – aber Johannes ist eben mehr als die Summe seiner Teile).

Hier sind die Kernkompetenzen, die einen echten Johannes auszeichnen:

- Technisches SEO: Johannes kennt den Unterschied zwischen Crawling und Indexierung, weiß, wie ein hreflang-Tag korrekt implementiert wird und dass ein 302 kein permanenter Redirect ist. Er misst Core Web Vitals und weiß, wie man sie optimiert – ohne gleich das ganze Frontend umzubauen.
- Tracking & Analytics: Er richtet nicht nur Google Analytics 4 korrekt ein, sondern versteht auch, warum Consent-Mode die Datenbasis verändert. Johannes kann Events im Tag Manager konfigurieren, Data Layers debuggen und kennt den Unterschied zwischen Session und User.
- API-Verständnis: Johannes kann REST von GraphQL unterscheiden, kennt HTTP-Statuscodes und weiß, wie man mit einer Marketing-API Daten zieht, ohne dass der Server kollabiert. Und ja – er kennt auch die API-Limits von Meta-Ads.
- Toolkompetenz: Von Screaming Frog bis Ahrefs, von Data Studio bis BigQuery – Johannes nutzt Tools nicht nur, er versteht sie. Er weiß, was sie können, was sie nicht können und wann man lieber selbst ein Python-Skript schreibt.

Doch all das wäre nichts ohne seine Fähigkeit, Dinge auf den Punkt zu bringen. Johannes schreibt keine 40-seitigen PowerPoint-Decks. Er löst Probleme. Direkt. Im Code, im CMS, im Tracking. Und wenn er redet, dann nur, weil die Situation es erfordert – nicht, weil er sich profilieren will.

Warum jedes Team einen

Johannes braucht – und viele ihn trotzdem nicht haben

Die Ironie: Obwohl Johannes der wichtigste Player im Online-Marketing-Spiel ist, taucht er in kaum einer Jobbeschreibung auf. Unternehmen suchen nach „Digital Marketing Managern“, „SEO Experts“ oder „Product Ownern“ – aber keiner schreibt: „Wir suchen einen Johannes“. Dabei ist genau das der Fehler. Denn ohne ihn fehlt die Brücke zwischen Strategie und Technik, zwischen Anforderungen und Umsetzung.

Was passiert, wenn Johannes fehlt?

- Launches verzögern sich, weil niemand die technische Machbarkeit frühzeitig prüft
- SEO-Maßnahmen verpuffen, weil Canonicals falsch gesetzt oder Weiterleitungen fehlerhaft sind
- Tracking-Daten sind unbrauchbar, weil Events doppelt feuern oder Consent-Banner blockieren
- Performance-Kampagnen skalieren nicht, weil Landingpages zu langsam laden oder fehlerhaft gerendert werden

Und das Schlimmste: Niemand merkt es sofort. Es fühlt sich nur alles zäh an. Unklar. Ineffizient. Bis irgendwann jemand fragt: „Warum performt das eigentlich nicht?“ – und keiner eine Antwort hat. Außer Johannes. Der ist aber nicht da.

Gute Agenturen haben mindestens einen Johannes im Team. Schlechte haben viele Spezialisten, aber keinen, der den Überblick hat. Inhouse-Teams ohne Johannes laufen Gefahr, sich in Abstimmungen zu verlieren. Und Freelancer ohne Johannes? Die verzetteln sich in Tools und Tasks, ohne etwas Produktives auf die Straße zu bringen.

Johannes ist kein Typ – Johannes ist ein Mindset

Du kannst keinen Johannes einstellen, wenn du glaubst, dass er nur ein weiterer „Allrounder“ ist. Johannes ist keine eierlegende Wollmilchsau, sondern ein struktureller Ansatz. Er denkt in Systemen, nicht in Tasks. Er fragt: „Was muss passieren, damit das funktioniert?“ – und nicht: „Was steht im Briefing?“

Du erkennst Johannes an seinem Verhalten, nicht an seinem Lebenslauf. Er stellt unbequeme Fragen. Hinterfragt Annahmen. Sagt „Das geht so nicht“ – und liefert dann eine bessere Lösung. Er hat keine Angst vor Technik, aber auch kein technisches Ego. Er arbeitet im Hintergrund, aber seine Arbeit ist überall sichtbar.

Wer Johannes sein will, braucht Neugier, Lernbereitschaft und ein solides Fundament in Webtechnologien. Johannes liest Release Notes, testet neue Features, schreibt sich eigene Tools oder automatisiert langweilige Prozesse. Er ist kein Nerd, sondern ein Effizienzfanatiker. Und ja: Seine größte Belohnung ist das Gefühl, dass einfach alles läuft.

Du kannst deinen eigenen Johannes im Team fördern – aber nur, wenn du ihm die Freiheit gibst, Systeme zu bauen, statt Meetings zu besuchen. Wenn du ihn für Wirkung belohnst, nicht für Sichtbarkeit. Und wenn du akzeptierst, dass der wichtigste Mitarbeiter vielleicht derjenige ist, den du nie auf der Bühne siehst.

Was passiert, wenn Johannes geht – oder nie da war

Die Abwesenheit von Johannes merkt man nicht sofort. Es dauert. Zwei, drei Releases vielleicht. Ein paar unvollständige Tracking-Daten. Eine SEO-Maßnahme, die nicht richtig zieht. Und plötzlich sitzt du mit zehn Leuten im Call und keiner weiß, warum der Funnel bricht. Willkommen im Johannes-Vakuum.

Wenn Johannes geht, bleiben Prozesse zurück – aber niemand weiß, wie sie funktionieren. Es gibt ein Notion-Board mit technischen SOPs, aber keine Ahnung, was die Cronjobs machen. Die API-Keys laufen aus, das Tracking stirbt leise und irgendwann ruft Google an, weil eure Ads-Konten gesperrt wurden. Kein Witz – alles schon passiert.

Ohne Johannes wird Technik zur Blackbox. Und in dieser Blackbox verrotten deine besten Ideen, deine teuersten Kampagnen und deine ambitioniertesten Projekte. Du kannst sie noch so schön verpacken – wenn niemand dafür sorgt, dass sie technisch tragfähig sind, implodieren sie. Langsam, aber sicher.

Deshalb ist Johannes keine Option – er ist Pflicht. Und wenn du keinen hast, dann hol dir einen. Oder werde einer. Die Welt braucht mehr davon.

Fazit: Ohne Johannes kein Online-Marketing

Johannes ist der unsichtbare Held des digitalen Marketings. Kein Buzzword, kein Trend, sondern eine systemrelevante Rolle. Er verbindet Welten, löst Probleme, bevor sie eskalieren, und sorgt dafür, dass alles läuft – auch wenn keiner hinschaut. Ohne ihn funktioniert kein Tech-Stack, keine SEO-Strategie, kein Tracking-Setup und keine Conversion-Optimierung.

Wenn du wissen willst, warum deine Kampagnen nicht zünden, obwohl du alles „richtig“ gemacht hast – frag dich: Wer ist euer Johannes? Und wenn dir niemand einfällt, dann weißt du, woran es liegt. Johannes ist clever, kompetent, unverzichtbar. Und du brauchst ihn. Punkt.