



Lernzielkatalog – BVDW Certified Professional: Digital Marketing

Stand: Juni 2025

1. Einleitung & Zielsetzung

Dieser Lernzielkatalog definiert die grundlegenden Kenntnisse und Kompetenzen im digitalen Marketing, die für den Erwerb des "Digital Marketing Basiszertifikat – DACH" nachgewiesen werden müssen. Dieses Zertifikat ist ein gemeinsames Angebot der führenden Digitalverbände Deutschlands (BVDW), Österreichs (IAB Austria) und der Schweiz (IAB Switzerland) und wird von allen drei Verbänden anerkannt. Eine Mitgliedschaft in einem der Digitalverbände ist keine Voraussetzung. Es dient als unverbindliche Grundlage für die Prüfungsinhalte.

Das Zertifikat bestätigt ein breites Fundament an relevantem Grundwissen in den wichtigsten Disziplinen des digitalen Marketings und deren Zusammenspiel. Die Inhalte werden von den Experten der drei Verbände laufend an aktuelle Markttrends angepasst.

Zielgruppe: Marketing-Mitarbeiter:innen, Berufseinsteiger:innen mit Vorkenntnissen, Quereinsteiger:innen, Studierende und alle Personen, die ihr bereits vorhandenes Grundwissen im digitalen Marketing offiziell nach einem anerkannten Standard validieren möchten. Wichtig: Es wird relevantes Grundwissen in den Kernbereichen vorausgesetzt.

2. Prüfungsmodalitäten (Übersicht)

- Format: Multiple-Choice-Fragen
- Anzahl Fragen: 72 (zufällig ausgewählt aus den Modulen)
- Dauer: 40 Minuten
- Bestehensgrenze: 75% korrekte Antworten (54 von 72 Fragen)
- Durchführung: Online, jederzeit startbar nach Buchung (innerhalb von 2 Wochen)

3. Haupt-Themenbereiche & Detaillierte Lernziele

(1) Digital Marketing Basics

- Du kennst grundlegende Begriffe des Digital Marketings (z.B. Unique Client, Unique User, Page Impression, Ad Impression) und kannst sie erklären.
- Du verstehst Konzepte wie Programmatic Buying und Ad Fraud.
- Du kennst wichtige Kennzahlen (KPIs) wie GPM und CPC und deren Berechnungsgrundlage.



- Du kannst die wichtigsten Marktteilnehmer (Advertiser, Publisher, Agenturen, Vermarkter, Ad Server etc.) und ihre Rollen in der digitalen Wertschöpfungskette benennen.
- Du kennst gängige Werbeformate im Online Advertising (z.B. Fullbanner, Skyscraper, Rectangle).
- Du verstehst das Konzept der Viewability und kennst den IAB Viewability Standard.
- Du kennst verschiedene Preismodelle im Online Marketing (CPM, CPC, CPL, CPO etc.).

(2) Digital Marketing Campaigns (Kampagnenplanung)

- Du verstehst den Ablauf eines digitalen Strategie- und Planungsprozesses.
- Du kennst die Elemente eines Briefings.
- Du kannst Kampagnen-Ziele definieren und passende KPIs auswählen.
- Du verstehst Methoden zur Definition und Analyse von Zielgruppen.
- Du kennst grundlegende Planungsgrößen (Medium, Budget, Laufzeit).
- Du verstehst die Bedeutung von Conversions, Cookies, Targeting und Retargeting im Kampagnenkontext.
- Du kennst verschiedene Einkaufsarten von digitaler Werbung.
- Du bist Dir grundlegender rechtlicher Aspekte bei der Online-Werbung bewusst.

(3) Grundlagen Performance Marketing (inkl. E-Mail-Marketing)

- Du kannst verschiedene Arten von Conversions definieren.
- Du kennst die gängigen performance-basierten Abrechnungsmodelle (CPC, CPO, CPL etc.).
- Du verstehst die Rolle von Technologie und Tracking (z.B. DMP, Cookies, Tracking-Parameter) im Performance Marketing.
- Du kennst das Konzept der Customer Journey und dessen Bedeutung für die Kampagnenanalyse.
- Du verstehst die Grundlagen des Kampagnen-Reportings und von A/B-Testing.
- Du kannst die wichtigsten Performance Marketing Disziplinen (Display, Social Media, E-Mail, Affiliate, Kooperationen, SEM) benennen und grob einordnen.
- Du kennst die Grundlagen des E-Mail-Marketings als Performance-Kanal.



(4) Search Engine Advertising (SEA)

- Du verstehst die Grundlagen von Search Engine Marketing (SEM = SEO + SEA).
- Du kennst die Funktionsweise von Google Ads Auktionen (Gebot, Anzeigenqualität, Ad Rank).
- Du kennst verschiedene Anzeigenformate und Anzeigenerweiterungen in Google Ads.
- Du verstehst die grundlegende Struktur eines Google Ads Kontos (Kampagne, Anzeigengruppe, Anzeige, Keyword).
- Du kennst verschiedene Keyword-Optionen und Targeting-Möglichkeiten.
- Du bist Dir der Google Ads Richtlinien für Anzeigentexte bewusst.

(5) Social Media Advertising

- Du kennst die wichtigsten Social Media Plattformen und ihre Werbemöglichkeiten (z.B. Facebook/Instagram Ads, LinkedIn Ads etc.).
- Du verstehst strategische Ansätze im Social Media Marketing (Markenaufbau, Abverkauf, Dialog).
- Du kennst Methoden zur Zielgruppendefinition und zum Targeting in sozialen Netzwerken (Custom Audiences, Lookalike Audiences).
- Du verstehst die Bedeutung von Community Management, Dialog und Krisenkommunikation.
- Du kennst relevante KPIs für Social Media Kampagnen (Reichweite, Engagement, Conversions).

(6) Bewegtbild / Mobile Advertising

- Du hast einen Überblick über den Video-Werbemarkt und Nutzungsdaten.
- Du kennst gängige Video-Werbeformate (Instream: Pre-/Mid-/Post-Roll, Bumper Ads; Outstream: In-Feed etc.) und relevante KPIs.
- Du verstehst Grundlagen der Kreation und Werbewirkung von Video Ads.
- Du kennst die Bedeutung von Mobile Marketing aufgrund der hohen Smartphone-Verbreitung und Nutzung (M-Commerce).
- Du kannst zwischen mobilen Websites und Apps unterscheiden und kennst Grundlagen der App Store Optimization (ASO).
- Du kennst spezifische Mobile Advertising Formate (Display, Rich Media, Performance) und Targeting-Möglichkeiten (z.B. Location Based).



(7) Search Engine Optimization (Website Marketing)

- Du verstehst die Website als zentrales Marketing-Instrument.
- Du kennst die Relevanz von hochwertigen Inhalten und guter User Experience für den Marketingerfolg.
- Du kennst wichtige SEO-Rankingfaktoren und kannst sie benennen (z.B. Ladezeit, Keywords in Titeln/Headlines, Meta-Tags, Backlinks, Nutzerfreundlichkeit).
- Du verstehst die Grundlagen der Keyword-Recherche und die Bedeutung von Keyword-Clustern.
- Du kennst wichtige Website-KPIs (organische Sichtbarkeit, CR, Absprungrate, Verweildauer, Ladezeit) und Grundlagen der Webanalyse.
- Du verstehst die Prinzipien der Landing Page Optimierung.
- Du kennst den Zusammenhang zwischen SEO und Content Marketing.