Die zweipunkt Traineeships im Vergleich: Welches passt zu dir?

	Digital Analytics	Business Intelligence
Fokus	Du lernst, Business-Ziele in messbare KPIs und Analytics-Konzepte zu übersetzen, Web- und App-Daten technisch zu erfassen und deren Qualität sicherzustellen. Du analysierst das Verhalten von Nutzer:innen und die Wirkung von Marketingaktivitäten und leitest daraus Empfehlungen für Websites, Apps, Kampagnen und digitale Produkte ab. Dabei erhältst du auch Einblicke in angrenzende Themen aus Reporting und Data Engineering.	Du lernst, fachliche Fragestellungen und Informationsbedürfnisse in KPIs, Analysen und Reporting-Konzepte zu übersetzen. Du strukturierst und analysierst bereitgestellte Daten, entwickelst verständliche Dashboards und leitest daraus Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen ab. Gemeinsam mit Kundinnen und Kunden stellst du sicher, dass die Lösungen verständlich und praxistauglich sind. Dabei arbeitest du eng mit Data Engineers zusammen, die die technische Datenbasis bereitstellen und deren Qualität sichern.
Typische Aufgaben	• Business-Ziele in KPIs, Mess- und Tracking-Konzepte übersetzen • Web- und App-Tracking sowie Consent Management konzipieren und umsetzen • Tracking-Setups technisch prüfen, Datenflüsse debuggen und Fehler beheben • Nutzer-, Customer-Journey- und Kampagnendaten analysieren • Empfehlungen für UX, Conversion und Marketing ableiten • Reports und Dashboards erstellen sowie Daten vertieft analysieren • Daten für Audiences und Marketingaktivitäten aktivieren • Ergebnisse und Empfehlungen für Kund:innen aufbereiten und präsentieren	• Anforderungen aufnehmen und in Kennzahlen und Reporting-Konzepte übersetzen • Daten analysieren, plausibilisieren und für Visualisierungen strukturieren • Mit Data Engineers die benötigte Datenbasis und Datenqualität abstimmen • Interaktive Dashboards und automatisierte Reports mit Power BI oder Tableau entwickeln • Dashboards gemeinsam mit Anwenderinnen und Anwendern testen und anhand ihres Feedbacks weiterentwickeln • Erkenntnisse verständlich kommunizieren und konkrete Handlungsempfehlungen ableiten
Tools	Google Analytics, Google Tag Manager, Tealium, Adobe Analytics, Piwik PRO, Matomo, Looker Studio, BigQuery, Consent-Management-Plattformen, Browser Developer Tools	Power BI, Tableau, Google Data Studio, SQL, BigQuery und moderne KI-gestützte Analysewerkzeuge
Wozu du beiträgst	Du hilfst Unternehmen, digitale Interaktionen zuverlässig messbar zu machen und besser zu verstehen, wie Nutzer:innen mit Websites, Apps und Kampagnen interagieren. Du verbindest Business-Fragestellungen mit Daten und Technologie und schaffst damit die Grundlage für bessere Entscheidungen in Marketing, UX und digitalen Produkten.	Du machst Daten verständlich und für unterschiedliche Zielgruppen nutzbar. Mit klaren Kennzahlen, aussagekräftigen Analysen und intuitiven Dashboards unterstützt du Unternehmen dabei, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und bessere Entscheidungen zu treffen.
Was du mitbringen solltest	Du bringst analytisches Denkvermögen, ein solides Daten- und Technologieverständnis sowie erste praktische Erfahrung mit relevanten Tools mit – aus Studium, Ausbildung, eigenen Projekten oder Praktika. Du arbeitest dich eigenständig in neue Themen ein, gehst strukturiert und sorgfältig vor und prüfst deine Ergebnisse kritisch. Du kommunizierst verständlich, nutzt Feedback und entwickelst Lösungen gerne im Team sowie mit Kundinnen und Kunden. Dein Vorwissen und deine Entwicklung bestimmen Einstieg und Dauer: Je mehr du bereits kannst, desto schneller ist der Wechsel zum Junior möglich – gegebenenfalls auch direkt.	