



# DIE CONTENT MARKETING TRENDSTUDIE 2020

**statista**   
Content & Design

 **cmf** content  
marketing  
forum

 **CMC**<sup>x</sup>  
Content-Marketing Conference & Expo

# DIE CONTENT MARKETING TRENDSTUDIE 2020

Wie ist der Status quo des Content Marketings in Deutschland? Welche Ziele verfolgen Unternehmen, welche sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren und welche Trends und Technologien werden die Zukunft des Content Marketings bestimmen? Statista hat gemeinsam mit dem Content Marketing Forum e. V. und der Content Marketing Conference deutsche Unternehmen befragt.



Statista bündelt über 1 Million Statistiken und Fakten aus 600 Industrien und über 50 Ländern bequem auf einer Plattform. Daneben bietet das Unternehmen individuelle Marktforschungs-, Recherche- und Anlisedienstleistungen. Der Bereich Statista Content & Information Design ist spezialisiert auf datenbasiertes Storytelling und die Produktion visueller Contents wie Infografiken, animierte Videos, Präsentationen und Publikationen.

[www.statista-content-design.de](http://www.statista-content-design.de)



Das Content Marketing Forum ist der Verband der führenden medialen Dienstleister im deutschsprachigen Raum. Mehr als 100 Mitgliedsagenturen und -verlage machen das Forum zum größten Verband für Content Marketing in Europa. Gemeinsam vertreten sie eine Branche, die pro Jahr in den Mediengattungen Online, Mobile, Video und Print rund 8 Milliarden Euro umsetzt.

[content-marketing-forum.com](http://content-marketing-forum.com)



Die CMCX ist europäische Leitveranstaltung für die Content Marketing-Branche und bietet eine europaweit einzigartige Messe. Einmal im Jahr wird das Messegelände München damit zu dem Content Marketing-Hotspot für alle Markenverantwortlichen, Werbungtreibenden und Vermarkter (Native Advertising) sowie für Agenturen und Technologieanbieter.

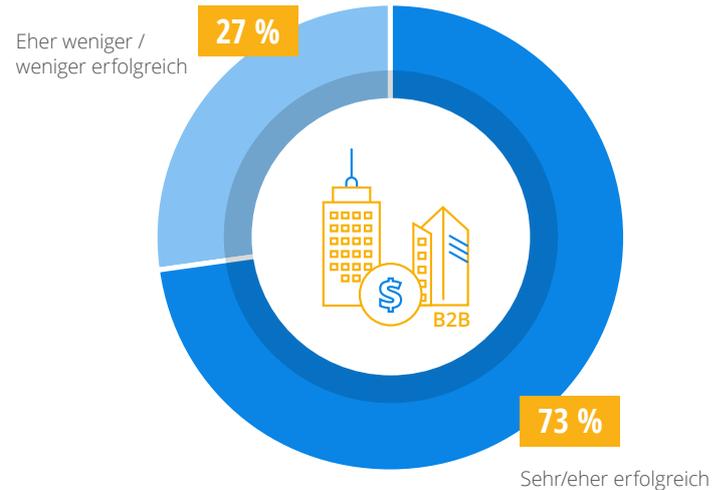
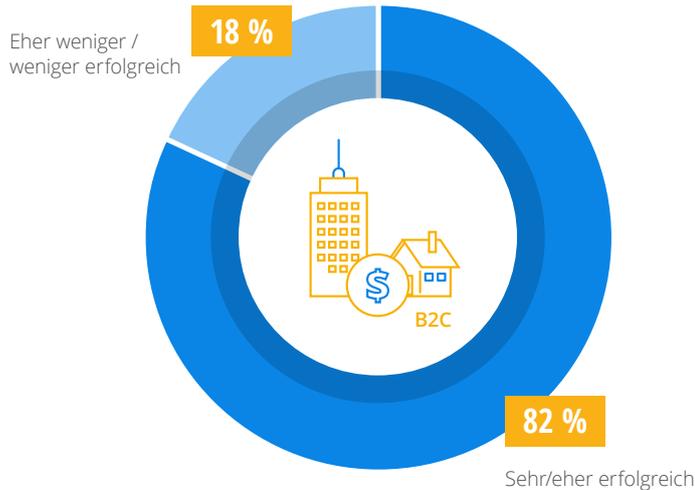
[content-marketing-conference.com](http://content-marketing-conference.com)

# INHALT

04	CONTENT MARKETING-STRATEGIE
10	FORMATE & KANÄLE
15	ERFOLG & MESSUNG
18	TRENDS & MEINUNGEN
20	WORDCLOUDS
22	DIE STUDIE/METHODIK

## Drei Viertel der B2B-Unternehmen betrachten ihre Strategie als erfolgreich

WIE ERFOLGREICH IST IHRE CONTENT MARKETING-STRATEGIE?\*



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und eine Strategie zur Kundenbindung verfolgen  
n gesamt=195; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=119

# B2B-Unternehmen bräuchten mehr Kontinuität, B2C-Unternehmen ein größeres Team

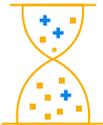
WAS MÜSSTE SICH IHRER MEINUNG NACH VERÄNDERN, UM IHR CONTENT MARKETING (NOCH) ERFOLGREICHER ZU MACHEN?\*

■ B2C ■ B2B

Mehr Zeit für  
die Umsetzung

54 %

58 %



Größeres Team

54 %

40 %



Bessere Prozesse

41 %

43 %



Mehr Budget

47 %

52 %



Effektivere Planung

41 %

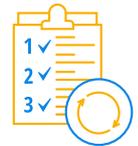
44 %



Mehr Kontinuität

29 %

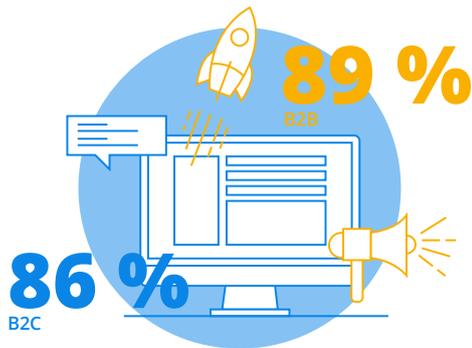
44 %



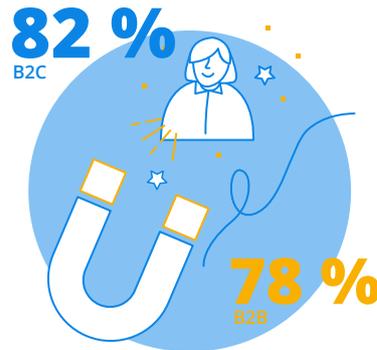
\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

# Die Stärkung der eigenen Marke ist die wichtigste Strategie

WELCHE STRATEGIE VERFOLGEN SIE MIT DEM CONTENT MARKETING IN IHREM UNTERNEHMEN?\*



Stärkung der Marke und deren Image nach außen



Neukundengewinnung



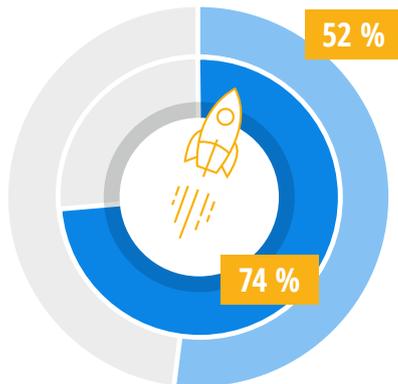
Stärkung der Kundenbindung

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

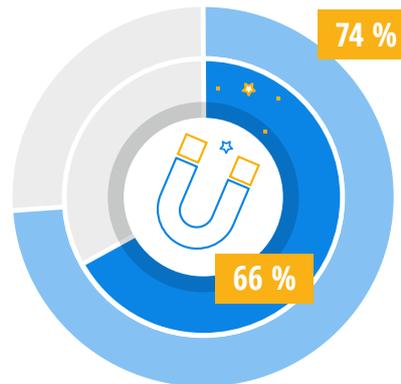
# Maßnahmen von B2B- und B2C-Unternehmen, um ihre Content Marketing-Ziele zu erreichen

WELCHE MASSNAHMEN HABEN SIE IN IHREM UNTERNEHMEN IMPLEMENTIERT?

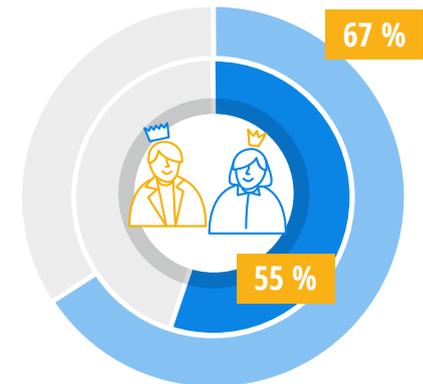
■ B2C ■ B2B



News und Branchentrends zur Markenstärkung\*



Gezielte SEO-Maßnahmen zur Neukundengewinnung\*\*



Erklärende Inhalte zur Kundenbindung\*\*\*

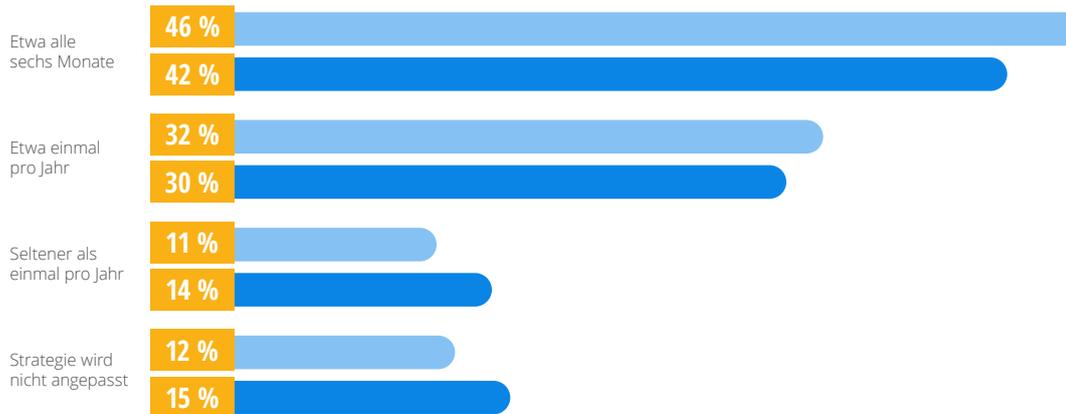
\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und eine Strategie zur Stärkung der Marke und des Images nach außen verfolgen; Mehrfachauswahl möglich; n gesamt=173; n B2C-Unternehmen=65; n B2B-Unternehmen=108; \*\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und eine Strategie zur Neukundengewinnung verfolgen; Mehrfachauswahl möglich; n gesamt=157; n B2C-Unternehmen=62; n B2B-Unternehmen=95; \*\*\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und eine Strategie zur Kundenbindung verfolgen; Mehrfachauswahl möglich; n gesamt=137; n B2C-Unternehmen=54; n B2B-Unternehmen=83

## Content Marketing-Strategie

Etwa drei Viertel der Unternehmen passen ihre Strategie jährlich oder unterjährlich an

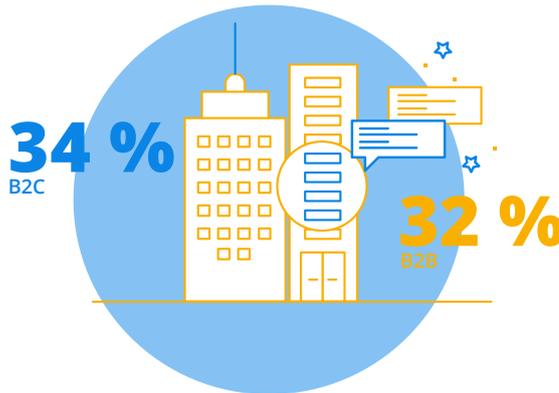
## WIE OFT PASSEN SIE IHRE CONTENT MARKETING-STRATEGIE AN?\*

■ B2C ■ B2B

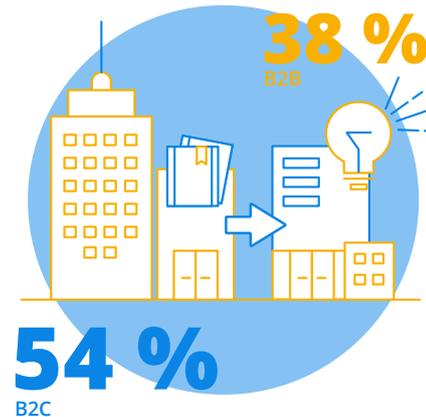


\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

Mehr als die Hälfte der B2C-Unternehmen lagert auch Content Marketing-Aktivitäten aus



Haben eigene Abteilung für Content Marketing\*

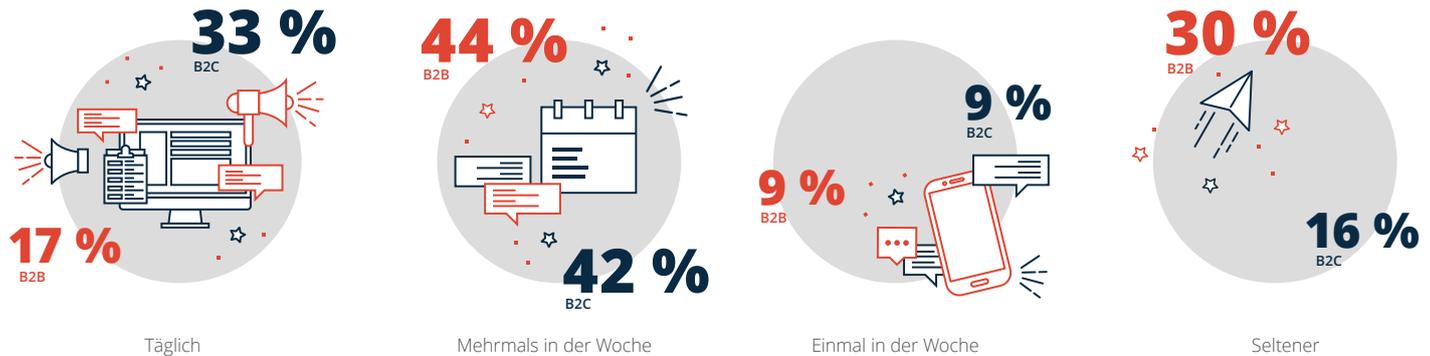


Lagern auch Content Marketing Aktivitäten an eine Agentur aus\*

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

## B2C-Unternehmen sind aktiver in der Content-Veröffentlichung

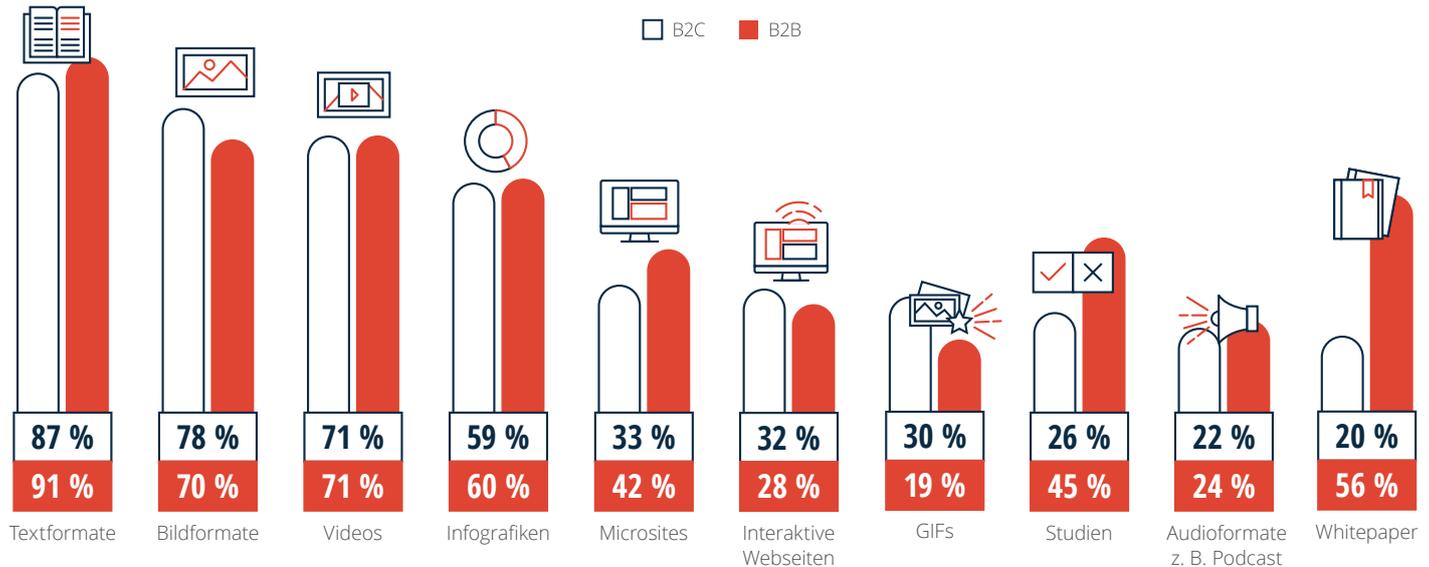
### WIE HÄUFIG VERÖFFENTLICHEN SIE CONTENT?\*



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

## Whitepaper und Studien: B2B nutzt sie häufiger als B2C

WELCHE FORMATE NUTZEN SIE AKTUELL ONLINE FÜR IHR CONTENT MARKETING?\*

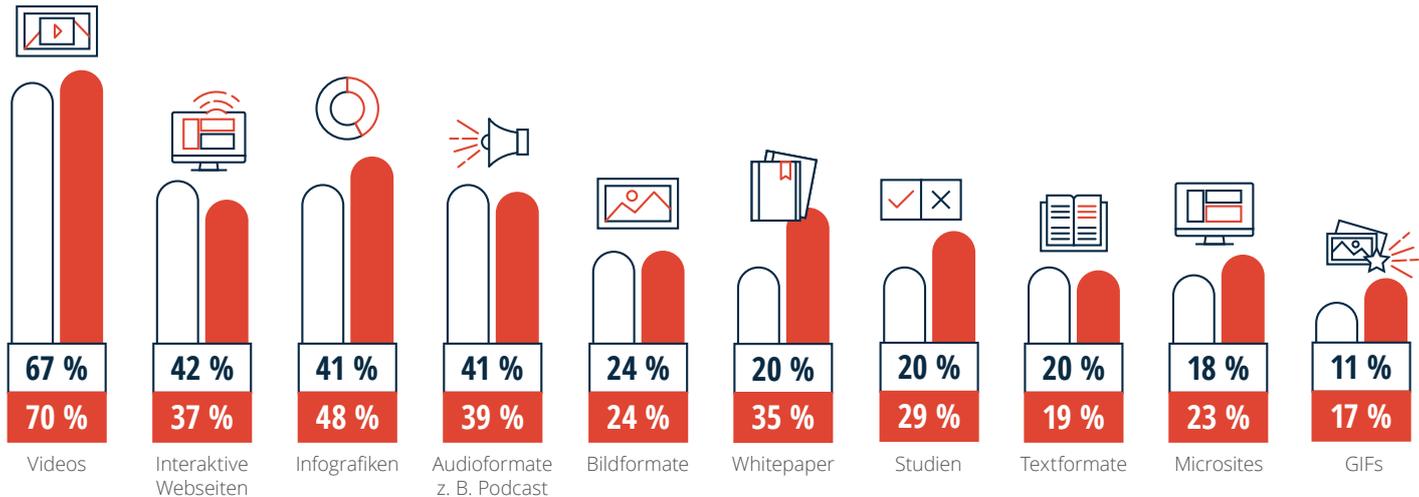


\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

## Videos möchten zwei Drittel der Unternehmen in Zukunft stärker nutzen

WELCHE FORMATE MÖCHTEN SIE IN ZUKUNFT STÄRKER ONLINE FÜR CONTENT MARKETING NUTZEN?\*

□ B2C ■ B2B



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

# Social-Media-Kanäle fast so wichtig wie die eigene Website

WELCHE DER FOLGENDEN KANÄLE NUTZEN SIE FÜR IHR CONTENT MARKETING?\*

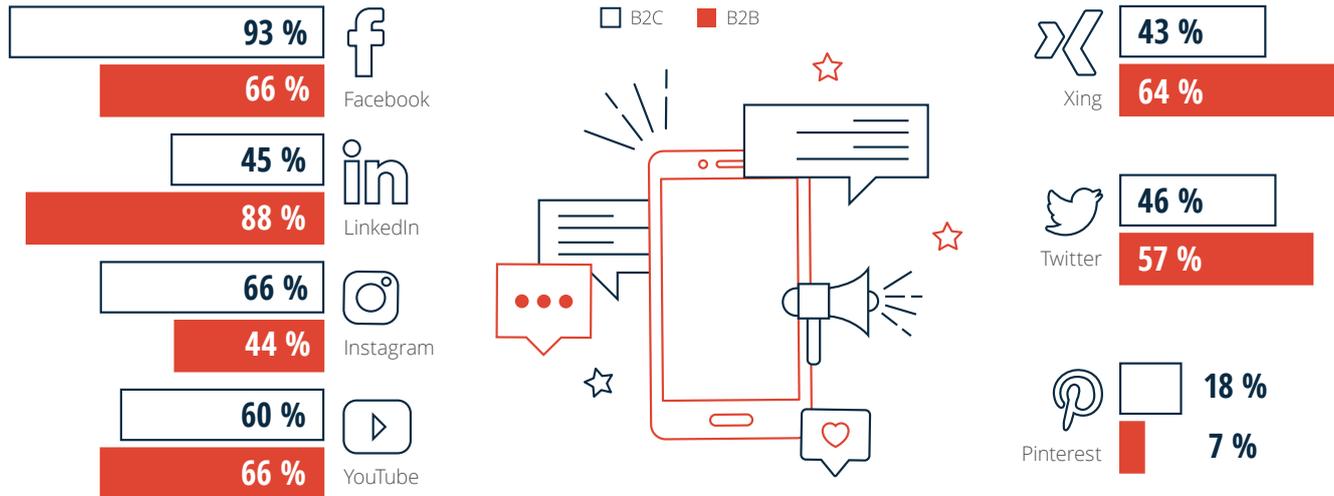
□ B2C ■ B2B



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

## LinkedIn im B2B-Bereich klar auf Platz 1

WELCHE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE NUTZEN SIE FÜR IHR CONTENT MARKETING?\*



\* Befragte, die angegeben haben, dass sie in Unternehmen arbeiten, die für ihr Content Marketing Social-Media-Kanäle nutzen; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=183; n B2C-Unternehmen=67; n B2B-Unternehmen=116

## Mehr als die Hälfte misst den Erfolg etwa alle vier Wochen

WIE OFT MESSEN SIE DEN ERFOLG IHRER CONTENT MARKETING-MASSNAHMEN ANHAND VON LEISTUNGSKENNZAHLEN (KPIs)?\*

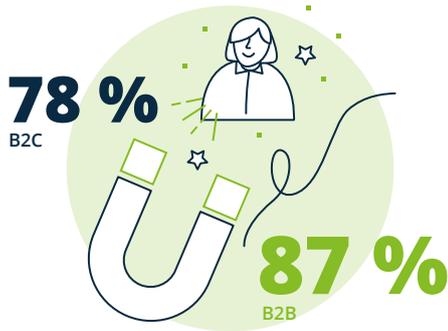
■ B2C ■ B2B



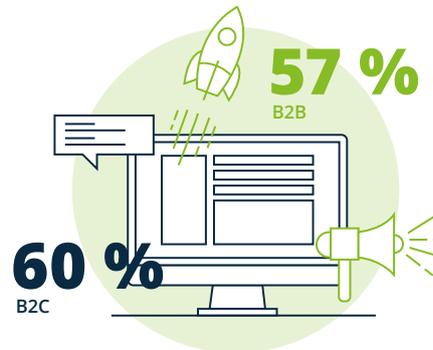
\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

## Erfolgsmessung findet vor allem im Bereich der Neukundengewinnung statt

IN WELCHEM DER FOLGENDEN BEREICHE FINDET DIE ERFOLGSMESSUNG STATT?\*



Neukundengewinnung



Stärkung der Marke  
und deren Image nach außen



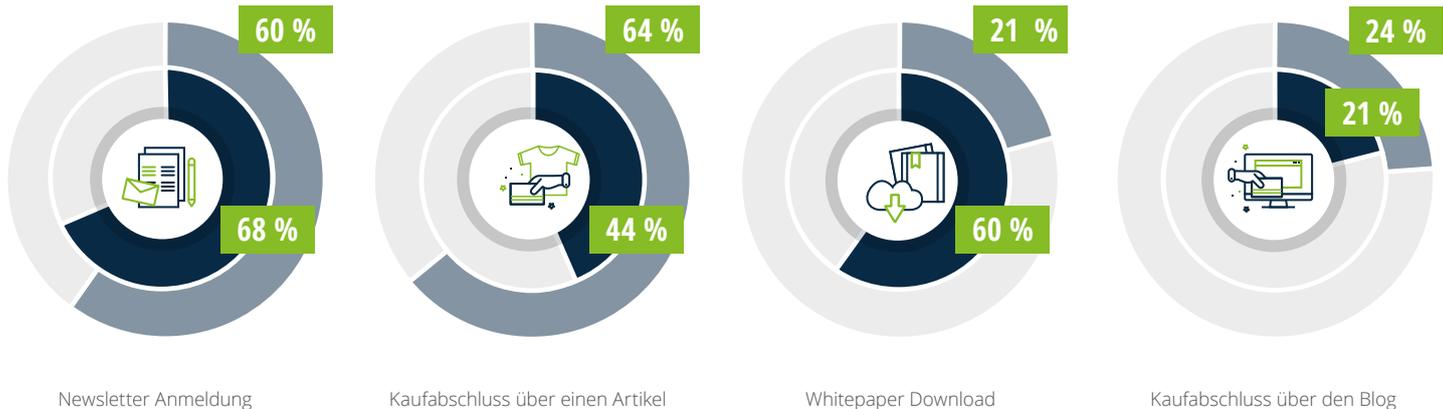
Stärkung der Kundenbindung

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben, die die jeweilige Strategie mit ihrem Content Marketing verfolgen und den Erfolg ihrer Content Marketing-Maßnahmen messen; Mehrfachauswahl möglich; Neukundengewinnung: n gesamt=138; n B2C-Unternehmen=54; n B2B-Unternehmen=84  
Stärkung der Märkte und deren Image nach außen: n gesamt=152; n B2C-Unternehmen=57; n B2B-Unternehmen=95  
Stärkung der Kundenbindung: n gesamt=120; n B2C-Unternehmen=47; n B2B-Unternehmen=73

## Erfolgsmessung bei der Neukundengewinnung: B2B setzt stärker auf Whitepaper Download

WELCHE DER FOLGENDEN KPIS NUTZEN SIE, UM DEN ERFOLG IHRER CONTENT MARKETING-STRATEGIE ZUR NEUKUNDENGEWINNUNG ZU MESSEN?\*

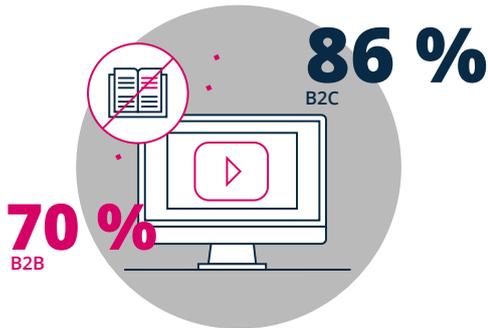
■ B2C ■ B2B



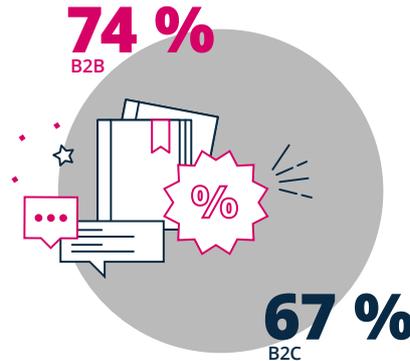
\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und die Neukundengewinnung messen; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl n gesamt=115; n B2C-Unternehmen=42; n B2B-Unternehmen=73

## Nachgefragt!

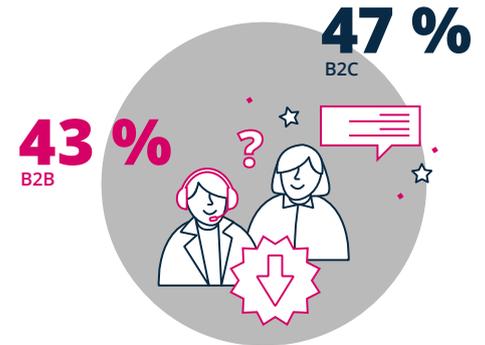
WELCHEN AUSSAGEN STIMMEN SIE ZU?\*



Man schaut sich in Zukunft eher ein YouTube Video an als eine Gebrauchsanweisung zu lesen



Guter Content ist auf Dauer günstiger als Werbung



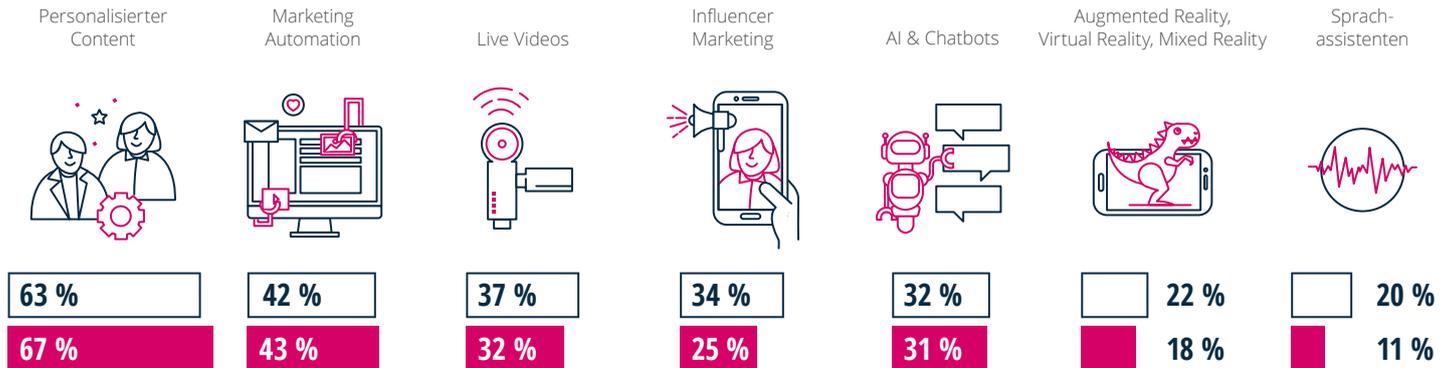
Guter Content reduziert den Aufwand im Customer Service

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Mehrfachauswahl möglich; Antwortauswahl; Zustimmung zur Aussage  
n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

# Klarer Trend zu personalisiertem Content

THEMEN, DIE EINE SEHR HOHE/HOHE BEDEUTUNG FÜR EIN UNTERNEHMEN HABEN\*

□ B2C ■ B2B



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben; Werte von „sehr hohe“ und „hohe Bedeutung“ zusammengefasst; Antwortauswahl n gesamt=198; n B2C-Unternehmen=76; n B2B-Unternehmen=122

# Was die Content Marketing-Strategie besonders macht\*



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und eine erfolgreiche Strategie für ihr Content Marketing haben; offene Nennungen; Antwortauswahl; Antworten redaktionell aufbereitet

# Herausforderungen in der Content Marketing-Strategie\*



\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben und keine erfolgreiche Strategie für ihr Content Marketing haben; offene Nennungen; Antwortauswahl; Antworten redaktionell aufbereitet

## Zur Studie – Wer wurde befragt?

Es wurden insgesamt 485 Personen über eine Online-Befragung via Newsletter im Zeitraum vom 16.10. bis zum 17.12.2019 befragt. Die Befragung erfolgte über den Verteiler von Statista, der CMCX und dem Content Marketing Forum. Befragt wurden zudem Personen, die über XING und LinkedIn auf die Befragung aufmerksam wurden. Als Incentive wurden Tickets für die CMCX und für die Content Marketing Masterclass auf der OMR verlost.

### DIGITALES CONTENT MARKETING\*

Betreiben digitales Content Marketing	72 % (n=350)
Betreiben kein digitales Content Marketing	13 % (n=61)
Planen in Zukunft digitales Content Marketing	15 % (n=74)

\* N gesamt=485

### ART DES UNTERNEHMENS\*

Unternehmen, das selbst digitales Content Marketing betreibt (Herausgeber)	57 % (n=198)
Agentur, die digitales Content Marketing betreibt (Dienstleister)	43 % (n=152)

\* Befragte, die angegeben haben, dass sie digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=350

### HAUPTSÄCHLICHE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN DES UNTERNEHMENS\*

B2C	38 % (n=76)
B2B	62 % (n=122)

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198

### POSITION IM UNTERNEHMEN\*

Geschäftsführung / Vorstand / CEO	17% (n=34)
Bereichsleitung / Direktor	20% (n=39)
Teamleitung / Projektleitung	23% (n=46)
Angestellte(r) mit Leitungsfunktion	10% (n=19)
Angestellte(r) ohne Leitungsfunktion	25% (n=50)
Keine der genannten Positionen	5% (n=10)

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben  
n gesamt=198

## BRANCHE, IN DER DAS UNTERNEHMEN TÄTIG IST\*

Automobil	2 % (n=4)
Beratung	8 % (n=16)
Bildung	6 % (n=12)
Dienstleistungen	8 % (n=16)
E-Commerce	4 % (n=8)
Elektronik / Software	10 % (n=19)
FMCG	0 % (n=0)
Gesundheit	4 % (n=8)
Handel	5 % (n=10)
Handel FMCG	1 % (n=2)
Immobilien	2 % (n=4)
Industrie	8 % (n=15)
Industrieverband	1 % (n=1)
Internet	3 % (n=6)
Konsumgüter	3 % (n=5)
Krankenversicherungen	1 % (n=1)
Kreditinstitut	3 % (n=5)
Kultur & Events	2 % (n=3)
Marktforschung	2 % (n=4)

Medien	7 % (n=13)
Öffentliche Einrichtung	1 % (n=2)
Personal	2 % (n=4)
PR Agentur	1 % (n=2)
Rechtswesen	1 % (n=1)
Telekommunikation	2 % (n=3)
Tourismus	2 % (n=3)
Transport & Logistik	3 % (n=5)
Universität	1 % (n=1)
Verband	3 % (n=5)
Versicherung	2 % (n=3)
Versorgungsunternehmen	1 % (n=2)
Werbung	2 % (n=3)
Sonstiges	6 % (n=12)

\* Personen, die in Unternehmen arbeiten, die selbst digitales Content Marketing betreiben;  
n gesamt=198

**statista**   
Content & Design

 **cmf** content  
marketing  
forum

 **CMC**<sup>x</sup>  
Content-Marketing Conference & Expo