

## **Die Content Marketing Branche vor und mit Corona**

Basisstudie des CMF: vom Marktvolumen zu möglichen  
Entwicklungsszenarien in der Krise

**München, 4. Mai 2020** – 9,4 Milliarden Euro Volumen hat der Markt für Content Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreicht. Ein Ende des Wachstums ist nicht abzusehen – wäre da nicht die Corona Krise. Wie war der Status vor der Krise und wie wirkt sie sich auf die Entwicklung der Content Marketing Investitionen aus? Antworten auf beide Fragen liefert die Basisstudie Content Marketing 2020, die das Marktforschungsinstitut SCION im Auftrag des Content Marketing Forum (CMF) umgesetzt hat.

Um 17 Prozent haben die Investitionen in Content Marketing im deutschsprachigen Raum seit der letzten Content Marketing Basisstudie im Jahr 2018 zugelegt und sich damit seit 2012 verdoppelt. „Ein nach wie vor beeindruckendes Wachstum“, kommentiert Dr. Andreas Siefke, Vorsitzender des CMF. Ein Ende ist laut Prognose der investierenden Unternehmen nicht in Sicht: Weitere zehn Prozent Investitionssteigerung erwarten sie jährlich in den nächsten drei Jahren. Das zumindest war die Stimmung im Markt vor Beginn der Corona Krise. Die Studiendaten wurden im Februar dieses Jahres erhoben.

Wie viel bleibt davon nach der Krise übrig? Drei Szenarien macht Studienleiter Prof. Dr. Clemens Koob dafür auf: „Im oberen Szenario erreichen sie mit neun Milliarden Euro fast das ohne Corona prognostizierte Niveau, im unteren Szenario könnten sich die Investitionen um mehr als 40 Prozent reduzieren.“

### **Print legt zu und verliert dennoch**

„Die haptische Wirkung von Printprodukten bleibt unersetzlich. Die Wertigkeit von Druckerzeugnissen wird vor allem in der Investorenkommunikation und im B2B geschätzt,“ sagt Siefke. Hier macht Print noch die Hälfte (B2I) beziehungsweise knapp die Hälfte (43 Prozent, B2B) der Content Marketing Investitionen aus. Für den Gesamtmarkt ist der Anteil von Print weiter gesunken und liegt aktuell bei 38 Prozent. In absoluten Zahlen sind aber auch im Printbereich die Investitionen in den vergangenen zwei Jahren weiter gestiegen, von 3,4 auf 3,6 Milliarden Euro.

### **Mitarbeiterkommunikation sieht das größte Wachstum**

Zunehmend gefragt ist Content Marketing in der Mitarbeiterkommunikation (B2E). Mit 12 Prozent jährlicher Wachstumsrate liegt hier der größte Zuwachs. Spitzenreiter ist B2E Content Marketing auch in der Nutzung der digitalen Medien: Zu 70 Prozent wird in der Mitarbeiterkommunikation in digitale Medien investiert, B2C Kommunikation folgt mit einem

Anteil von zwei Dritteln. Trendthemen wie Podcasts, der Einsatz neuer Technologien, die zunehmende Zahl an relevanten Social Networks und nicht zuletzt die Möglichkeiten gezielter Content Distribution und Promotion gehen mit dieser Entwicklung Hand in Hand.

### **Einblicke in die relevanten Entwicklungen im Content Marketing**

Ob in der Organisation und den Content Marketing Prozessen, im Einsatz von Tools oder auch im Zusammenspiel der beauftragenden Unternehmen mit Agenturen und Dienstleistern: Die Content Marketing Basisstudie 2020 gibt in all diesen Bereichen spannende Einblicke wohin die Reise geht. "Unser Ziel ist es, unseren Mitgliedern nicht nur Zahlen zu liefern, sondern sie mit Kennziffern und Insights zu versorgen, die ihnen helfen, in ihrem Geschäftsfeld noch erfolgreicher am Markt zu werden", sagt Regina Karnapp, Geschäftsführerin des CMF.

Für CMF Mitglieder ist die Studie kostenlos, Nicht-Mitglieder können sie zum Preis von 795 € netto erwerben.

### **Content Marketing Forum:**

Das CMF ist die Interessengemeinschaft der führenden medialen Dienstleister im deutschsprachigen Raum. Als Branchenverband vertritt das CMF eine Mediensparte, die pro Jahr mehr als neun Milliarden Euro umsetzt. Mitglieder des Verbandes sind Agenturen, die für ihre Kunden wegweisende Content-Strategien entwerfen, umsetzen und dabei wirksame Inhalte für alle Mediengattungen einschließlich Print, Video, Mobile und Online produzieren.

### **PRESSEKONTAKT:**

#### **Content Marketing Forum e.V.**

Regina Karnapp  
Geschäftsführung  
Dachauer Str. 21a, D-80335 München  
T +49 163 7406921

[regina.karnapp@content-marketing-forum.com](mailto:regina.karnapp@content-marketing-forum.com)  
[www.content-marketing-forum.com](http://www.content-marketing-forum.com)  
[www.bcm-award.com](http://www.bcm-award.com)