

CONTENT

MARKETING

TREND

ANALYSE

2024

© Lena Nießen | Heidrun Lutz
Januar 2024



CONTENT-MARKETING TRENDANALYSE 2024

Persönlichkeit und menschliche Einflüsse

Die Entwicklungen der Content-Marketing-Trends zeigen, dass das Internet immer persönlicher wird.

- Vertrauen gewinnt man am besten, indem man Beweise für die entsprechend erbrachten Leistungen hat.
- Testimonials oder Influencer sind hier gute Möglichkeiten, wie Vertrauen beim Kunden aufgebaut werden kann.
- Ebenfalls kann es helfen, wenn du als Geschäftsführer in Erscheinung trittst.

Das es funktionieren kann, eine Personenmarke aufzubauen, zeigen bekannte Beispiele wie Apple, Tesla und Microsoft. Schließlich kennst du auch Steve Jobs, Elon Musk und Bill Gates, richtig?

User Generated Content

User Generated Content = Inhalte, welche die Nutzer selbst produzieren.

Diesen Content verbreitest du dann über verschiedene soziale Netzwerke, wodurch andere Menschen wieder auf diese Inhalte reagieren und mit dir interagieren. Stellst du als Unternehmen „User-Content“ zur Verfügung, können mehr Inhalte mit weniger Einsatz von Ressourcen in kürzerer Zeit erstellt werden. Wichtig für diese Art Content ist eine richtige Strategie zur Motivation.

Zum Beispiel Gewinnspiele: deinen eigenen Kunden eine Aufgabe stellen „Poste ein Foto von XY“, du motivierst deine Community zur Teilnahme, indem er deine Produkte gewinnen kann.



Micro-Influencer

Studien haben ergeben, dass große Influencer mit hunderttausenden oder sogar Millionen Followern an Glaubwürdigkeit verlieren.

Zu den Content-Marketing-Trends gehören in diesem Jahr demnach Micro-Influencer. Diese haben deutlich weniger Follower, etwa um die 1.000 bis 10.000.

Jedoch haben sie den großen Vorteil, dass sie viel authentischer und glaubwürdiger wirken. Das liegt vor allem daran, dass sie ihre Reichweite mithilfe von Familie, Bekannten und Freunden aufgebaut haben.

Kurze Videos

Auch Video-Content gibt es schon seit Jahren und ist auch weiterhin sehr beliebt.

Was sich jedoch besonders unter den Content-Marketing-Trends wiederfindet, sind die Kurz-Videos auf verschiedenen Social Media Plattformen wie LinkedIn oder Instagram mit Stories oder Reels. Diese vermitteln einen besonders authentischen Eindruck.

Podcasts und Audio-Content

Podcasts haben einen großen Vorteil im Vergleich zu anderen Formaten. Sie können in so gut wie jeder Situation angehört werden. Der Verbraucher muss sich dafür keine große Zeit nehmen, sondern können diese einfach nebenbei hören.

Gleichzeitig führt der Hype des Audio-Formats aber auch zum Überfluss. Schnell passiert es, dass kleinere Podcasts es schwer haben große Reichweiten oder eine kurzfristige Verkaufssteigerung zu generieren.

Deshalb ist hier besonders wichtig, dass der Host und die Zielgruppe übereinstimmen, da der Erfolg eines Podcast stark von den Personen und nicht nur vom Inhalt abhängt.



Voice Apps

Content-Marketing wird sich in Zukunft nicht nur auf Text beschränken.

Voice-Assistenten, wie die von Amazon und Google, werden immer beliebter und finden sich vermehrt im täglichen Leben vieler Menschen wieder.

Voice-Apps wo Text-to-Speech-Technologien zum Einsatz kommen und mit denen Texte in Stimmen umgewandelt werden können, die sich täuschend echt anhören.

Dabei sollten Unternehmen jedoch die Suchintentionen des Nutzers identifizieren, um den Kunden die passenden Inhalte zu liefern. Zudem sollten weniger, aber dafür relevante Keywords festgelegt werden und auch hier müssen die Inhalte den Kundenbedürfnissen entsprechen.

Social Commerce

Social Commerce bedeutet, dass Kunden direkt über die gängigen Social-Media Plattformen, Produkte von Unternehmen erwerben können.

Einige Online-Shops bieten dafür die „Shoppable Posts“ an, um die Customer Journey zu verkürzen. Für viele Nutzer erleichtert diese Funktion das Shopping-Erlebnis.

Deine Kunden gelangen direkt zu dem Produkt, für welches sie sich interessieren. Zudem wächst so die Zahl der Spontan-Käufe, da die Nutzer auf einer Social-Media Plattform ein Produkt sehen und direkt über einen Klick auf die Webseite gelangen.

Natürlich darf auch hier der Content nicht vernachlässigt werden. Denn nur wenn ein Produkt ansprechend und interessant dargestellt wird, kann erst der Schritt folgen, dass Nutzer das Produkt im Shop anklicken.



Communitys aufbauen

Im Content Marketing wird es immer schwieriger, sich von der Masse abzuheben. Umso wichtiger wird es, sich besonders nach einer Nische zu richten und in dieser alle Kunden an sich zu binden.

In Foren und auf anderen Social Media Plattformen tauschen sich ständig Menschen aus und wollen ihre Fragen beantwortet haben, hier kannst du als Unternehmen ansetzen und sich direkt mit den passenden Menschen austauschen.



SUMMARY

CONTENT-MARKETING TRENDANALYSE 2024

- Künstliche Intelligenz wird ständig weiterentwickelt
- **Voice Apps werden immer häufiger genutzt**
- Micro Influencer gewinnen an Relevanz gegenüber großen Influencern
- **Content-Marketing Strategien sind für eine starke Community essenziell**
- Social Commerce erleichtert das Kauf-Erlebnis
- **Podcasts und kurze Videos sind die beliebtesten Inhalte**

Du möchtest 2024 keine wichtigen Ereignisse und Marketing-Events verpassen und schonmal anfangen Kampagnen zu planen?

JANUAR

01.-31.01. Veganuary
11.-28.01. Handball EM Männer

FEBRUAR

05.-08.02. Berlin Fashion Week
05.02. Grammy Awards
08.-13.02. Karneval/Fasching
11.02. Super Bowl
14.02. Valentinstag/
Aschermittwoch
14.02.-30.03. Fastenzeit
15.-24.02. Berlinale

MÄRZ

08.03. Internationaler Frauentag
10.03. Oscarverleihung
10.03.-09.04. Ramadan
17.03. St. Patrick's Day
20.03. Frühlingsanfang
28.03.-01.04. Oster-Feiertage

APRIL

22.4. Tag der Erde/
World Earth Day

MAI

07.-08.05. OMR-Festival
(Online Marketing Rockstars)
09.05. Vatertag
11.05. Finale ESC
12.05. Muttertag
19.-20.05. Pfingstfeiertage
30.05.-05.06. Aktionstage für Nachhaltigkeit

JUNI

01.-30.06. Pride Month
05.06. Welttag der Umwelt
08.06. Tag der Ozeane
14.06.-14.07. Fußball Europameisterschaft
21.06. Sommeranfang
28.06. Christopher StreetDay
29.06.-21.07. Tour de France

JULI

26.07.-11.08. Olympische Sommerspiele in Paris

AUGUST

21.-25.08. Gamescom

SEPTEMBER

28.08.-08.09. Paralympics in Paris
18.-19.09. DMEXCO
20.09. Weltkindertag
22.09. Herbstanfang
22.09.-06.10. Oktoberfest
29.09. BMW Berlin Marathon

OKTOBER

01.-31.10. Sober Oktober
03.10. Tag der deutschen Einheit
16.-20.10. Frankfurter Buchmesse
31.10. Reformationstag/
Halloween

NOVEMBER

01.11. Allerheiligen
01.-30.11. November
7.11. SEO-Day
11.11. Martinstag
28.11. Thanksgiving
29.11. Black Friday

DEZEMBER

01.12. 1. Advent
02.12. Cyber Monday
06.12. Nikolaus
08.12. 2. Advent
15.12. 3. Advent
22.12. Winteranfang
4. Advent
24.-26.12. Weihnachtsfeiertage
31.12. Silvester



Erstellt von ...

Heidrun, deine Skipperin für nachhaltiges BrandDesign. GrafikDesign. Logos. Illustrationen. Für umweltbewusste Unternehmen.



**WILD
PEPPER
MINT**
DESIGN

Heidrun Lutz

An der Strut 2
63699 Kefenrod

+49 (0)6049 9516176

+49 (0)171 8186982

heidrun@wildpeppermint-design.de

www.wildpeppermint-design.de

Lena, deine Frau für Content-Marketing-Strategien. Für nachhaltige Umsätze.



Lena Nießen

Dackweilerstr. 3
52445 Titz

+49 (0)151 40367334

kontakt@lena-niessen.de

www.lena-niessen.de

Bildnachweise:

Fotos Titel, Seite 3 und 5: stock.adobe.com | @vegefox.com | @ChayTee | @Smile Studio AP