

Marketing Jahresrückblick 2017: Content triumphiert, Influencer sind auf dem Vormarsch und Messenger im Kommen

Joblift untersucht den Stellenmarkt im Marketing und findet die wichtigsten Experten, Trends und Plattformen

Hamburg / Berlin, 19. Dezember 2017 – Der Jahresrückblick fällt für die Marketing Branche äußerst positiv aus: Mehr als 100.000 der rund neun Millionen Vakanzen 2017 richteten sich an Spezialisten aus dem Marketing. Das fand die Metajobsuchmaschine [Joblift](#) in einer Stellenmarktanalyse des vergangenen Jahres heraus. Die häufigste Berufsbezeichnung ist dabei Marketing Manager mit rund 13.500 Anzeigen, das am häufigsten genannte Thema Content Marketing und die relevanteste Plattform Facebook mit jeweils mehr als 15.000 Erwähnungen in den Stellenanzeigen. Betrachtet man jedoch den Zuwachs der Nennungen, liegen eindeutig Influencer Marketing und Instagram im Trend – mit bemerkenswerten 104 und 77 % Wachstum. Des Weiteren könnten sich Chatbots und die App Musical.ly zu wichtigen Impulsen für 2018 entwickeln, denn beide tauchten dieses Jahr erstmals in circa 30 Stellenbeschreibungen auf.

Wichtigster Experte: Jede zehnte Stellenausschreibung in der Branche gilt einem Generalisten – dem Marketing Manager

Im Jahr 2017 sind insgesamt 116.755 Jobs für Marketing Experten entstanden, das entspricht durchschnittlich 5 % mehr Ausschreibungen als im Vorjahr. Im ersten Quartal wuchs die Zahl der Vakanzen mit 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum am stärksten. Als besonders aussichtsreich für Bewerber in der Marketingbranche entpuppte sich jedoch der Juli mit 10.051 offenen Stellen. Dabei galten die meisten Ausschreibungen, nämlich 13.460, dem mit vielfältigen Aufgaben betreuten Marketing Manager, gefolgt vom Online Marketing Manager mit 4.670 und dem Social Media Manager mit 3.155 Gesuchen.

Wichtigster Trend: Influencer Marketing taucht 2017 doppelt so häufig in Stellenbeschreibungen auf wie im Vorjahr

Untersucht man die relevanten Marketing Trends 2017, datengetriebenes Online Marketing einmal ausgenommen, so war das Top Thema mit 16.256 Nennungen dieses Jahr eindeutig Content Marketing. Zu den beliebtesten Instrumenten des Content Marketings zählten im vergangenen Jahr der unternehmenseigene Blog mit 7.125 Erwähnungen in den Stellenbeschreibungen, das Medium Video mit 5.448 und E-Mail Marketing mit 4.021 Nennungen. Das Webinar als Kommunikationsmittel wurde 897 Mal gelistet, der Podcast bisher nur 205 Mal. Neben dem Content Marketing kristallisierte sich jedoch noch ein anderer Trend als richtungsweisend für 2018 heraus: Influencer Marketing wurde im vergangenen Jahr doppelt so häufig in Marketing Vakanzen aufgeführt wie noch 2016. Damit wuchs die Nachfrage nach Influencer Marketing mehr als dreimal



so stark wie jene nach Content Marketing, auch wenn die absolute Zahl der Nennungen mit 2.238 deutlich geringer ausfiel. Eine weitere spannende Entwicklung für 2018 scheint das Messenger Marketing darzustellen – im vergangenen Jahr wurden beispielsweise Chatbots 32 Mal in Stellenanzeigen gelistet. Demnach könnte neben Influencer auch Messenger Marketing bald als fester Bestandteil zum Marketing Mix vieler Unternehmen deutschlandweit gehören.

Wichtigste Plattform: Facebook wird über 15.000 Mal genannt, so häufig wie alle anderen Netzwerke zusammen

Das Anforderungsprofil in Stellenanzeigen erlaubt interessante Rückschlüsse auf die Nutzung spezieller Kommunikationskanäle: Die wichtigste Plattform im vergangenen Jahr war mit 15.145 Nennungen Facebook, gefolgt von Twitter mit 6.974 und Instagram mit 3.955 Erwähnungen. YouTube wurde 3.163 Mal im Jobprofil als aufgeführt, während Snapchat 762 Mal genannt wurde. Betrachtet man das Wachstum im Vergleich zu 2016 geht Instagram mit 77 % mehr Erwähnungen als eindeutig stärkster Trend hervor, gefolgt von der App Snapchat und der Plattform YouTube mit 49 und 32 %. Während Facebook mit 22 % mehr Nennungen als im Vorjahr immer noch kräftig zulegt, verliert Twitter mit 7 % weniger Aufzählungen in der Marketing Branche zunehmend an Bedeutung. Zur vielleicht wichtigsten Neuerung im Bereich der sozialen Plattformen könnte sich die App Musical.ly entwickeln, in der die Nutzer eigene Videos zu ihrer Lieblingsmusik produzieren können: Sie wurde 2017 erstmals 29 Mal in Marketing Stellenanzeigen erwähnt und bietet zahlreiche Möglichkeiten für Produktplatzierungen sowie einen direkten Kontakt zu einer jungen Zielgruppe.

Über Joblift

Joblift ist die Jobplattform für eine intuitive und mühelose Stellensuche. Die Anwendung neuester Machine Learning- und Big Data-Technologien sorgt für eine konsequente Verbesserung des Suchalgorithmus. So gelingt es, möglichst passende Bewerber und Arbeitgeber zusammen zu bringen. In den Märkten USA, Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Holland arbeitet Joblift bereits mit über 4.000 Partnern zusammen und bündelt auf einer Plattform somit rund 10 Millionen Ausschreibungen. Die erfahrenen Gründer Lukas Erlebach (CEO), Alexander Rausch (COO) und Malte Widenka (CTO) – zuletzt in C-Level Positionen bei Zalando, Amorelie und Frontlineshop tätig – haben ein internationales Team voller Unternehmergeist um sich versammelt.

Pressekontakt

Laura Jentsch
PR & Content Marketing Manager
laura.jentsch@joblift.de

Joblift GmbH
Leuschnerdamm 31
10999 Berlin
+49 (0)30 - 36 42 84 533
www.Joblift.de/Presse