



Befragung Digitales Marketing 2021: Wie COVID-19 die Unternehmensstrategien beeinflusst

- **46 % der befragten E-Commerce-Unternehmen konnten im vergangenen Jahr ihren Umsatz steigern**
- **67 % der teilnehmenden Marketer haben ihr digitales Geschäftsmodell seit dem zurückliegenden Jahr forciert vorangetrieben**
- **Bei einem Drittel der E-Commerce-Unternehmen hat eine Customer Engagement Plattform maßgeblich zum Wachstum beigetragen**

San Diego/Berlin, 9. März 2021 – [Mapp](#), der internationale Anbieter für Insight-basiertes Customer Engagement, hat in einer aktuellen Marktumfrage die Marketing-Prioritäten und Branchentrends für 2021 erfragt. Aufgrund der herausfordernden Zeiten bedingt durch COVID-19 stehen Aspekte wie die Veränderung der Marketing-Strategien, die neuesten Trends, geplante Investitionen, die Auswirkungen auf E-Commerce sowie das Daten-Management im Vordergrund. An der Umfrage beteiligten sich rund 1.000 Unternehmen in Deutschland, UK und Italien. Im Folgenden liegt der Fokus auf den Auswertungen innerhalb des deutschen Marktgeschehens.

Marketer wollen auf Webseiten-Personalisierung setzen

Das zurückliegende Jahr hat zu einer verstärkten Nachfrage geführt: Ganze 46 % aller deutschen E-Commerce-Unternehmen konnten 2020 ihre Online-Umsätze steigern. Nach eigenen Angaben konnte hierbei jedes fünfte Unternehmen seine geplanten Umsatzzuwächse sogar übertreffen. Hierbei setzen die befragten Marketers auf Personalisierung ihrer Website und ein Drittel der Befragten legten ihre Webseiten-Inhalte individuell aus. Zugleich wollen 47 % der Marketer 2021 auf Webseiten-Personalisierung setzen.

Data Management Plattformen helfen bei der Marketing-Effizienz

Die Steigerung des Wachstums gehört zu den großen Herausforderungen von Unternehmen. Schon jetzt nutzt jedes fünfte Unternehmen eine Data Management Plattform (DMP), um das Targeting zu verbessern sowie Werbeausgaben zu optimieren. Zugleich gab ein Drittel der Befragten an, eine Customer Engagement Plattform zu nutzen, die im zurückliegenden Jahr maßgeblich zum Unternehmenswachstum beigetragen hat. Mehr als die Hälfte der Unternehmen bewerten ihre Customer Engagement Plattform positiv mit 4 bzw. 5 Punkten (bei insgesamt 5 Punkten). Auch setzen die Marketer zunehmend auch auf dynamische Webseiten-Elemente wie KI-basierte Produkt- oder Content-Empfehlungen: Ein Drittel der befragten Marketer plant 2021 in diese Bereiche zu investieren.

Michael Diestelberg, VP Product & Marketing bei Mapp, kommentiert: „COVID-19 hat E-Commerce und digitale Geschäftsmodelle massiv beschleunigt. Unsere Marktbefragung zeigt, dass 67 % der E-Commerce-Unternehmen ihre Marketing-Aktivitäten seit dem letzten Jahr verstärkt vorangetrieben haben. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass bei Personalisierung noch längst nicht das gesamte Potenzial abgerufen wird. Deshalb wird es künftig darum gehen, durch Customer Intelligence und Marketing Analytics noch präzisere



Kunden-Insights in Echtzeit zugewinnen, um die vorhandenen Budgets in einem veränderten Marktumfeld optimal einzusetzen und durch maßgeschneiderten Content beim Endkunden zu punkten.“

Befragt wurden im Februar 2021 in Deutschland in der nicht repräsentativen Trend-Umfrage insgesamt 1.000 Teilnehmer, die aus den Bereichen Agenturen, Einzelhandel, Finanzen/Versicherungen, Medien & Verlagswesen, Telekommunikation sowie Tourismus & Freizeit stammten. Eine Zusammenfassung zu den Ergebnissen im deutschen Markt finden Interessierte in dieser Infografik: <https://mapp.com/de/resource/infographic/befragung-digitales-marketing-2021-deutschland/>

E-Commerce-Umsätze zeigen auch in UK und Italien nach oben

Auch im Vergleich zu den Zielmärkten Italien und Großbritannien geht aus der Umfrage klar hervor: Alle befragten Märkte konstatierten einen Anstieg der E-Commerce-Umsätze im Jahr 2020. In Großbritannien konnten 45 % der britischen befragten E-Commerce-Unternehmen ihre Online-Verkäufe gesteigert. In Italien sind es sogar 85 %.

Investitionen in Customer Engagement steigen

In Italien lässt sich zudem eine hohe Anzahl an Unternehmen verbuchen, die im vergangenen Jahr in eine Data Management Plattform investierten (66 % der Befragten). Auch in Großbritannien ist der Erfolg auf eine wachsende Investition für Data Management Plattform zurückzuführen: 61 % der Befragten britischen Marketers geben an, dass ihre Maßnahmen im Bereich Customer Engagement das Wachstum ihres Unternehmens im Jahr 2020 stark unterstützten.

Die Ergebnisse in allen drei Ländern belegen, dass solche Plattformen den Marketer dabei unterstützen, den Endkunden entlang der Customer Journey datenbasiert zu managen und zu begleiten. Hierbei dreht sich alles darum, kanalübergreifend eine 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Kontakt zu erlangen und diesen gezielt zu aktivieren. Durch zentrale Kontaktprofile lassen sich wichtige Informationen wie soziodemographische Merkmale, Interaktionen und Transaktionen bündeln und für eine gezielte Personalisierung nutzen.

Über Mapp

Marketer und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Mit der Insight-basierten Customer Engagement Plattform Mapp Cloud haben Marketing-Entscheider mehr Zeit für das Wesentliche und können ihre Markenbotschaften bestmöglich platzieren. Durch Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen aus Daten einfach und effektiv kanalübergreifende Kunden-Insights, welche wiederum hochgradig personalisierte Marketing-Aktivitäten ermöglichen. Mapps Kunden profitieren von maßgeschneiderten und selbstoptimierenden Cross-Channel-Kampagnen auf Basis KI-gestützter Prognosemodelle. Automatisierte Nachrichten können so im idealen Marketing-Kanal, zum optimalen Zeitpunkt und mit der richtigen Kontaktfrequenz versandt werden. Dank der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung werden ein Höchstmaß an Engagement sowie eine langfristige Kundenbindung erreicht.



Mapp betreibt Niederlassungen in sieben Ländern. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 3.000 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Argos, Ella's Kitchen, Expert, Freesat, Lloyds Banking Group, MyToys, Pepsico, Quint und The Entertainer.

Pressekontakte:

schoesslers GmbH

Thalissa-Jennifer Klaps

+49 160 527 94 14

thalissa@schoesslers.com

www.schoesslers.com

Mapp Digital

Harald Oberhofer

+49 30 755 415 120

harald.oberhofer@mapp.com

www.mapp.com