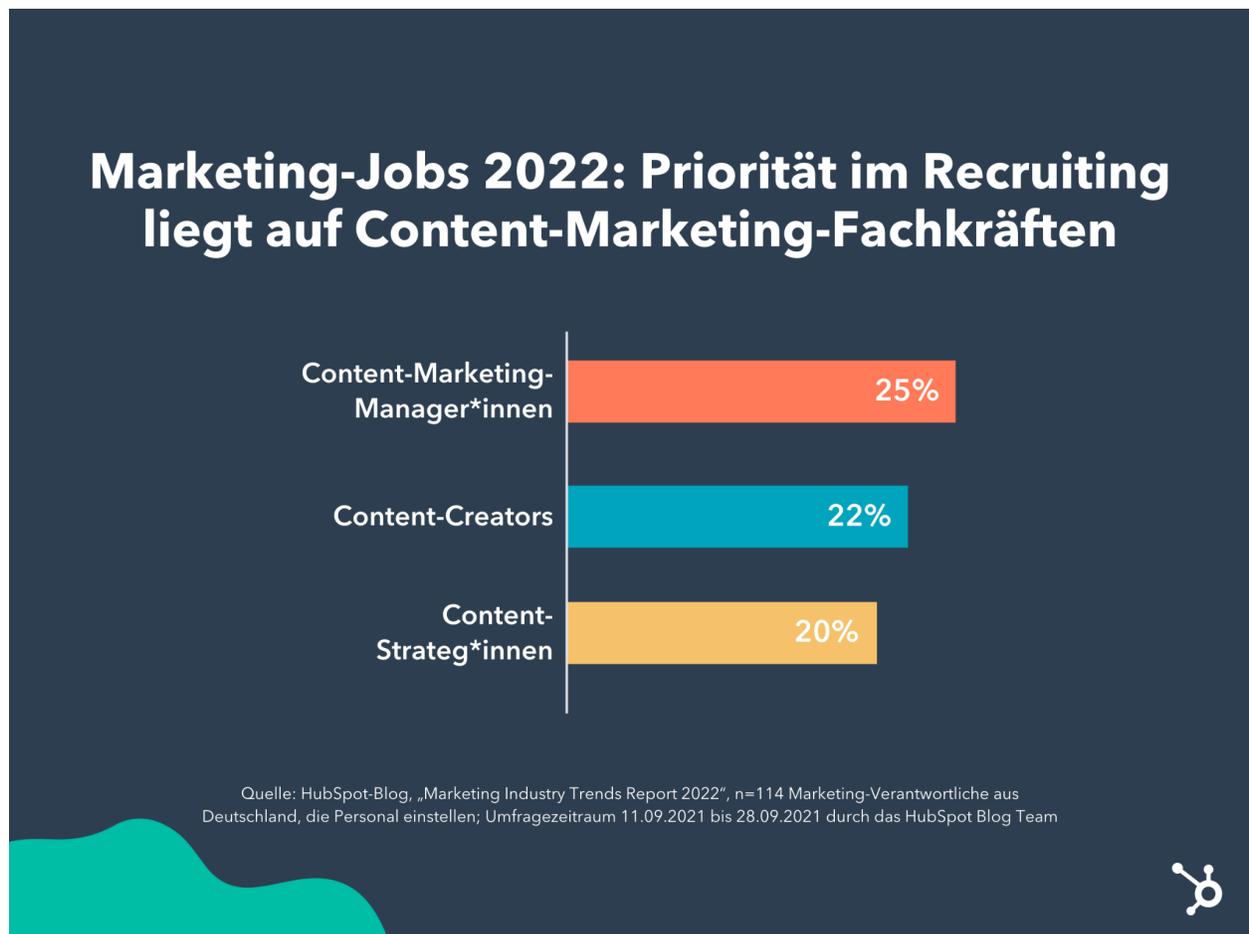


# Recruiting 2022: Content-Fachkräfte verzweifelt gesucht

HubSpot-Umfrage untersucht den Arbeitsmarkt im Marketing



Berlin, 31. Januar 2022 – Für Marketing-Verantwortliche hat die Einstellung von Content-Fachkräften 2022 oberste Priorität. Kein Wunder, denn 49 Prozent aller Marketing-Fachleute planen, das Budget für Content-Marketing in diesem Jahr zu

erhöhen. Besonders gefragt sind Content-Marketing-Manager\*innen (25 Prozent), Content Creators (22 Prozent) sowie Content-Strateg\*innen (20 Prozent). Diese Ergebnisse stammen aus dem „Marketing Industry Trends Report 2022“ des [HubSpot-Blogs](#). Befragt wurden 151 Marketing-Verantwortliche, davon 114, die Personal einstellen.

## **Marketing-Verantwortliche brauchen Spezialpersonal für SEO und Social Media**

Marketing-Verantwortliche mit Recruiting-Aufgaben werden 2022 verstärkt nach Personen mit Spezialwissen in den Bereichen SEO und Social Media sowie nach strategischen Köpfen in diesen beiden Feldern suchen. Im Bereich Suchmaschinenoptimierung sind folgende Rollen besonders gefragt: SEO-Spezialist\*innen (75 Prozent), SEO-Marketing-Manager\*innen (60 Prozent) und SEO-Strateg\*innen (43 Prozent). Was Social Media angeht, gehören Social-Media-Strateg\*innen (73 Prozent) sowie Social-Media-Koordinator\*innen (58 Prozent) zu den begehrtesten Positionen, die zu besetzen sind.

## **Herausforderungen beim Einstellungsprozess: Skill-Set, Recruiting-Experience & Diversität**

Die größte Herausforderung bei der Einstellung neuer Mitarbeitender im Marketing ist, Kandidat\*innen zu finden, die die passenden Fähigkeiten für die Position mitbringen (41 Prozent). Auf Platz zwei landen interne Prozesse beim Recruiting: Für 38 Prozent der Marketing-Fachleute ist die Sicherstellung einer guten Bewerbererfahrung eine Hürde. Auch das Recruiting diverser Kandidat\*innen gehört für mehr als ein Drittel (37 Prozent) zu den größten Herausforderungen.

Die Kandidatensuche im Marketing wird auch 2022 kein Kinderspiel: Knapp ein Drittel der Befragten (29 Prozent) gibt an, dass sie das Recruiting in diesem Jahr für schwieriger halten als 2021.

## **Fluktuationsrate im Marketing**

Ist geeignetes Personal für Marketing-Positionen gefunden, soll es möglichst lang bleiben. Allerdings gibt über ein Viertel (27 Prozent) aller teilnehmenden Marketing-Fachleute an (egal ob Recruiting-Verantwortung oder nicht), dass in

ihrer Marketing-Abteilung eine hohe bis sehr hohe Fluktuation herrscht. Der häufigste Grund dafür seien Reibereien im Kollegenteam. Für 2022 sind die Marketing-Verantwortlichen positiv gestimmt. Nur 14 Prozent glauben, dass die Fluktuationsrate ansteigen wird; 23 Prozent gehen von einer Abnahme aus.

## Studiensteckbrief

Für den „Marketing Industry Trends Report 2022“ des HubSpot Blogs wurden insgesamt 1.067 Marketing-Verantwortliche weltweit aus B2B- und B2C-Unternehmen jedweder Größe befragt (USA, Australien, Kanada, UK, Frankreich, Japan und Deutschland). Aus Deutschland nahmen 151 Marketing-Verantwortliche teil, davon 114, die Personal einstellen. Die obige Auswertung bezieht sich ausschließlich auf die deutschen Zahlen. Umfragezeitraum 11.09.–28.09.2021 durch das HubSpot Blog Team.

## Umfragegrafiken

(Credits: HubSpot)

2022 liegt die Priorität im Recruiting auf Content-Marketing-Fachkräften. [Zum Download](#)

Die drei größten Herausforderungen für das Recruiting von Marketing-Fachkräften 2022. [Zum Download](#)

**Aus dem „Marketing Industry Trends Report 2022“ wurden bereits folgende Inhalte veröffentlicht:**

[Trends 2022: Budget-Boom für Social-Media-Content erwartet](#) // HubSpot-Studie untersucht Strategien und Herausforderungen im Marketing 2022

## Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet eine führende CRM-Plattform (Customer Relationship Management) mit Software und Support, um Unternehmen beim Wachstum mit System zu unterstützen. Die HubSpot-Plattform umfasst Marketing-, Vertriebs-, Service-, Operations- und Websitemanagementprodukte, die für Unternehmen unterschiedlicher Größe in verschiedenen, skalierbaren Versionen erhältlich sind – angefangen bei kostenlosen grundlegenden Funktionen



bis hin zu leistungsstarken Features für Großunternehmen. Heute setzen über 128.000 Nutzerinnen und Nutzer in mehr als 120 Ländern auf die leistungsstarken, benutzerfreundlichen Tools und Integrationen von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, effektiv mit ihnen zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

HubSpot zählt laut Glassdoor zu den vier beliebtesten Arbeitgebern 2021 und wurde unter anderem von Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine erstklassige Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge, Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit 5.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz befindet sich in Berlin.

Mehr auf [www.hubspot.de](http://www.hubspot.de) und auf der [Presseseite](#)

## **Pressekontakt**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Tel.: +49 (0) 40 32904738-0  
E-Mail: [hubspot@frauwenk.de](mailto:hubspot@frauwenk.de)

HubSpot  
Anne-Kathrin Richter  
PR & Brand Awareness Manager DACH  
Tel.: +49 (0) 30 208486045  
E-Mail: [arichter@hubspot.com](mailto:arichter@hubspot.com)