**Pressemitteilung**

Datum: 28. Mai 2024

**Marketing Tech Monitor 2024: Marketing-Executives prognostizieren Verdopplung der Ausgaben für Marketingtechnologien im Gesamtmarketingbudget bis 2026**

Die sechste Benchmark Studie im Data-Driven Marketing für die DACH-Region

Wie die neue Studie Marketing Tech Monitor 2024 – Off to new HorAIzons zeigt, prognostizieren mehr als ein Drittel der Marketing-Executives eine Verdopplung der Ausgaben für Marketingtechnologien im Gesamtmarketingbudget bis 2026 (siehe Abb. 1). Neue technische Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz sowie modulare Systeme beschleunigen den Zuwachs an Applikationen nachhaltig.

Die Studie sammelt und analysiert seit 2019 jährlich Erkenntnisse, Trends, Herausforderungen sowie Neuerungen des vergangenen Jahres im Bereich Data-Driven Marketing. Die Benchmark-Studie mit dem diesjährigen Themenschwerpunkt „künstliche Intelligenz” ist ab sofort vorbestellbar unter <https://www.marketingtechmonitor.com/> und wird ab dem 13. Juni ausgeliefert. Herausgeber ist die Marketing Tech Lab GmbH.

Ein weiteres Ergebnis der diesjährigen Befragung: Der operative Einsatz, insbesondere neuerer KI-Anwendungen, ist oftmals herausfordernd (siehe Abb. 2). Die größten Schwierigkeiten beim Einsatz von KI-Anwendungen sehen die Befragten in dem Mangel an Fachkenntnissen oder Ressourcen (67 Prozent) sowie der Datenqualität und Verfügbarkeit (65 Prozent).

Die Befragung von mehr als 1.600 (Digital-) Marketing-Verantwortlichen in der DACH-Region liefert 357 vollumfänglich ausgefüllte Umfrageergebnisse und wird durch Experteninterviews aus verschiedenen Branchen flankiert.

Anhand von sechs Fallbeispielen der Unternehmen OTTO, R&V Versicherungen, SIEGENIA, SPRINGER Nature, RTL und Vodafone illustriert der Marketing Tech Monitor 2024 nicht nur die gewonnenen Ergebnisse, sondern zeigt auch deren praktische Umsetzung auf unterschiedlichen Ebenen und in verschiedenen Industrien auf.

Dr. Ralf Strauß, Gründer und Managing Partner der Marketing Tech Lab GmbH und Chairman der European Marketing Confederation, kommentierte die Veröffentlichung wie folgt: „Mit dem Marketing Tech Monitor möchten wir CMOS, Digital-CMOS und Marketingentscheidenden in der DACH-Region eine Orientierungshilfe und normative Handlungsempfehlungen bieten. Die Studie dient nicht nur dazu, bestehende Marketingtechnologien zu verstehen, sondern auch als Inspirationsquelle für zukünftige Entwicklungen.“

„Künstliche Intelligenz ist momentan allgegenwärtig. Der Marketing Tech Monitor bietet nicht nur Aufklärung, Tutorials und konkrete Anwendungsbeispiele für den effizienten Einsatz von KI im Marketing, sondern trägt auch maßgeblich dazu bei, ein tiefgreifendes Verständnis dieses aufstrebenden Themenbereichs zu fördern. Es gilt: Nur über Verständnis kommen wir auch zu einsatzfähigen Lösungen“, sagt Carsten Thierbach, Managing Partner der Marketing Tech Lab GmbH und Co-Autor der Benchmark-Studie.

Der Marketing Tech Monitor ist die Grundlage für den Marketing Tech Summit, eine Live-Veranstaltung der Marketing Tech Lab GmbH, die nunmehr zum 6. Mal am 08. und 09. Oktober in Berlin stattfindet. Der Summit bietet eine Plattform für den fachlichen Austausch über die Ergebnisse der Benchmark-Studie sowie die Vorstellung von Best-Practice-Beispielen aus verschiedenen Industriezweigen.

**Über die Marketing Tech Lab GmbH:**

Die Marketing Tech Lab GmbH spezialisiert sich auf die Beratung und Umsetzung von Projekten im Bereich Data-Driven Marketing & Vertrieb.

Als Herausgeber der jährlichen Benchmarkstudie Marketing Tech Monitor werden nach Befragung von 1.600 Marketing- und Digital-Experten in DACH auf knapp 200 Seiten wesentliche Trends, praktische Fallbeispiele und normative Handlungsempfehlungen im Data-Driven Marketing beschrieben.

Mit dem zum 6. Mal stattfindenden Marketing Tech Summit bietet Marketing Tech Lab die einzige neutrale Plattform zum Austausch und Netzwerken zwischen knapp 400 Marketing-Entscheidenden der DACH-Region.

Mehr Informationen finden Sie unter:

<https://www.marketingtechlab.de/>

<https://marketing-tech-summit.de/>

<https://www.marketingtechmonitor.com/>

Pressekontakt:

Marketing Tech Lab GmbH

Frau Mareike Milde

Chief Operating Officer

mareike.milde@marketingtechlab.de