

Contentixx 2019 – unser Recap

Contentixx 2019 – unser Recap

Wow! Das waren zwei spannende Wochen für aktive Content-Marketer, da durfte die SEO-Küche natürlich nicht fehlen. Letzte Woche war unsere Kollegin [Susan auf der CMCX in München](#) und diese Woche waren wir – Sonja und Christoph – auf der Contentixx 2019 in Berlin.



Zwei Tage Content Marketing in all seinen Facetten, über 60 Sessions und auch zwischendurch viel Raum für Austausch über Datenanalyse, kreatives Schreiben, Psychologie im Online Marketing, Podcast-Tricks und auch Fragen zur Zukunft des Texterberufs.

Facettenreiches Spektakel für Online-Redakteure: Contentixx 2019

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX

Auf dem Weg zurück im Zug von Berlin nach Dresden ist dann endlich mal Zeit, das Ganze Revue passieren zu lassen:

Christoph: Und was ist dein Fazit für das erste Mal Contentixx?

Sonja: Auch wenn ich ein paar wenige Kritikpunkte habe, auf die ich später noch kurz eingehe, war es eine wahnsinnig dynamische und vor allem inspirierende Konferenz. Es wurden die verschiedensten Themen angesprochen, es waren eine Menge junger und alter Hasen aus dem Online-Marketing Geschäft vor Ort, man konnte prima networken und sich eine Menge Input mit nach Hause nehmen.

Begrüßt wurden wir mit einem kleinen Warm-up durch den sympathischen Marco Janck, gefolgt von einem Vortrag von Dr. Kerstin Hoffmann – eine sehr kompetente Frau mit interessanten Prognosen für die Zukunft.

Für dich war es ja nicht das erste Mal – was ist dein Fazit über die Contentixx 2019?

Christoph: Ich nehme auf jeden Fall mit, dass Datenauswertung immer mehr Möglichkeiten bietet und wir da noch mehr rausholen können. Wenn man den ganzen Prozess stärker automatisiert, bieten die verschiedenen Tools einfach so viele Möglichkeiten, egal ob zur Auswertung oder für die Recherche. Hier muss man wirklich für Datentracking brennen.



Daniel Schmeh von Keyword Hero hat das sehr gut vorgelebt. Wer das Standard-Tracking in Google Analytics mit Javascript etwas erweitert und die Einstellungen nur so „reinfoert“, der hat Bock auf möglichst nützliche Daten zum Userverhalten. Außerdem gelernt: Es gibt für jede Folie ein passendes Meme.

Sonja: ...oder Katzen.

Nächster Halt: Platz 1 durch die richtigen Inhalte

Christoph: Man muss auch mal über den Tellerrand hinausschauen. Daten sind super und unverzichtbar, aber es gibt auch andere Quellen für Informationen. Die Herangehensweise bei Urlaubsguru.de ist dafür ein gutes Beispiel: Marco Lauerwald von UNIQ hat das ganz gut erklärt. Du musst deinen Content danach ausrichten, was deine Besucher wissen wollen. Dafür haben sie einfach auch ihre Berater gefragt, was denn die Kunden am häufigsten fragen. Die Antwort war eigentlich naheliegend: Wann ist denn die beste Zeit, um in Land XY Urlaub zu machen? Und bisher haben die Berater dafür bei der Konkurrenz gegoogelt. Die Lösung: Eigenen Content für genau dieses Thema zu jedem Urlaubsland zu erstellen, und zwar besser als die Konkurrenz. Das Ergebnis: viel Traffic und zufriedener Besucher.

Sonja: Ja, das ist ein gutes Beispiel. Das ist auch etwas, was ich in vielen Vorträgen gehört habe und womit ich auch im täglichen Geschäft gute Erfahrungen gemacht habe: Versetzt euch in die Lage des Users oder fragt sie persönlich. Denn Content ist nicht für den Texter gemacht, sondern für den, der es konsumiert. Der User-Intent muss befriedigt werden, nur darauf kommt es an.



Diese Prognose war nicht von Dr. Kerstin Hoffmann, sondern schon über 15 Jahre alt – und von Bill Gates.

Was ich kritisiere an solchen Veranstaltungen, aber auch an manchen Webinaren, ist die teils sehr absolut vertretene Meinung über Marketing-Trends und technische Standards. Wenn sehr kompetente und erfahrene Speaker auftreten, wird natürlich eine top-aktuelle Anschauung propagiert – quasi das Optimum von Content-Marketing. Das ist zwar richtig und wichtig und meistens auch sehr interessant, kann aber leider oftmals nicht auf den Arbeitsalltag eines Texters übertragen werden. Wir haben viele Kunden, die in Ihrer Branche Koryphären und seit Jahrzehnten erfolgreich sind, aber den Sprung ins Online-Geschäft sehr spät gewagt haben. Für viele Unternehmen, vor allem für solche, in denen ältere Semester in der Geschäftsleitung sitzen, ist Online-Marketing noch immer etwas

Undruchdringbares, weil sie damit erst spät in ihrem Leben in Kontakt gekommen sind. Denen müssen wir sensibel begegnen und sie sanft, aber bestimmt dazu bringen, auch online zu funktionieren. Aber so etwas muss wachsen.

Nichtsdestotrotz sollte man – und wir als Content-Marketer sowieso – natürlich immer up-to-date bleiben, um genau diesen Spagat zwischen modernen Ansprüchen und etablierten Werten meistern zu können. Dafür ist die Contentixx in Berlin goldwert: zukunftssträchtiges Indiswissen und alltagsnahe Beispiele von aktiven Textern; daraus kann man viel machen, um sich im Content-Management weiterentwickeln zu können und die Bedürfnisse des Kunden nicht aus den Augen zu verlieren.

Was nimmst du sonst noch mit?

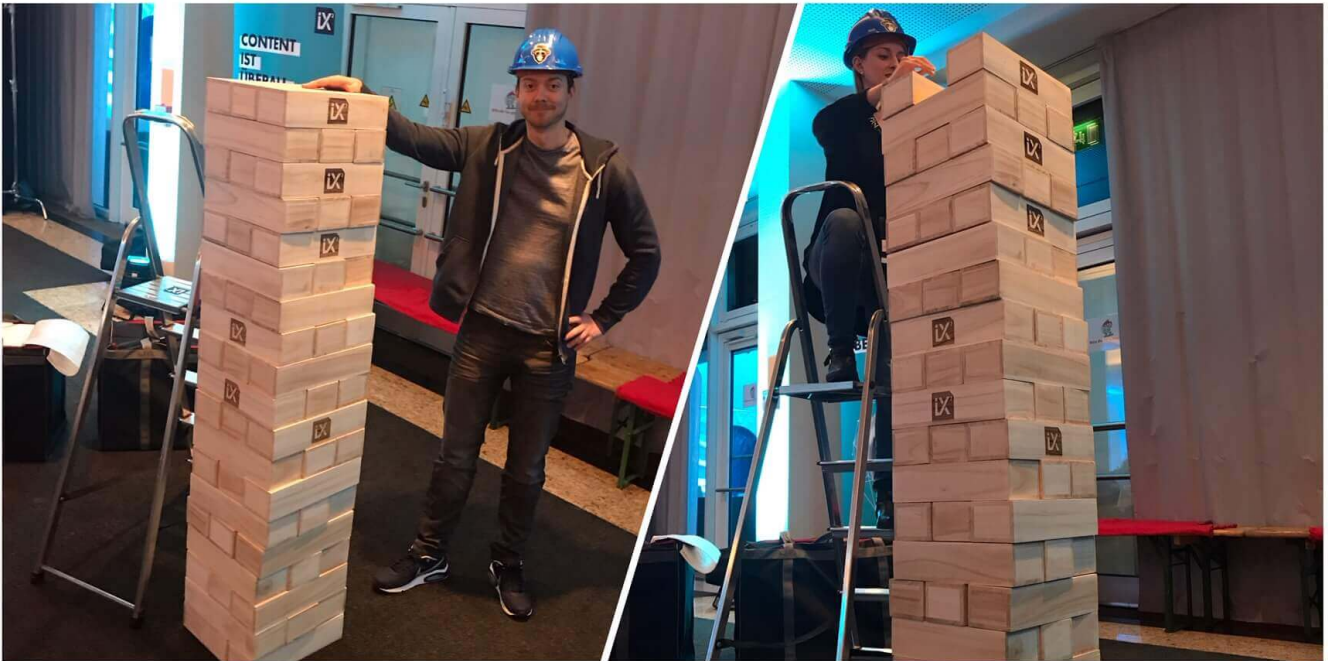
Christoph: Ich weiß jetzt was ein Schwanzflug ist. Und dass man mit einem monatlichen Suchvolumen von 5 auch mal an einem Tag mehrere tausend Aufrufe für ein Keyword haben kann – wenn das Wort in einer Quizshow gesucht wird ;). Gut, wenn man dafür trotzdem Content geschaffen hat.

Contentixx 2019: unsere persönlichen Highlights

Sonja: Abgesehen vom Fachlichen – was war dein persönliches Highlight dieses Jahr?

Christoph: Das war abends auf jeden Fall das XXL Jenga! Super Idee und viel anstrengender, als es aussah und ich vorher dachte.

Sonja: Oh ja, das war total witzig. Ich kam richtig ins Schwitzen und hätte nie gedacht, dass der Turm so hoch wird. Dafür gab es sogar Applaus, selbst als ich den Turm zu Fall gebracht habe. Wurde aber auch Zeit, sonst hätte ich “Go-Go-Gadgeto–Arme” benötigt, um den nächsten befreiten Holzblock oben drauf legen zu können. Ich hätte so etwas gern für zu Hause, ich wohne immerhin im Altbau mit hohen Decken...



SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

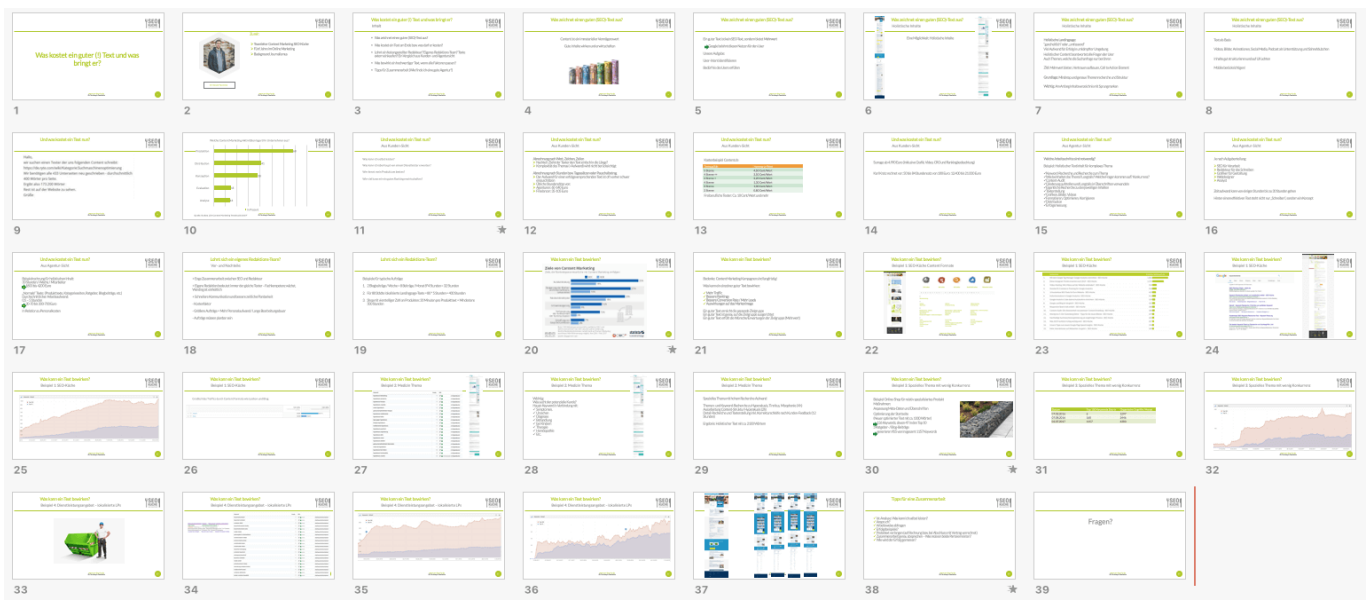
SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX

Bewiesen: Die SEO-Köche können auch Statik und Feingefühl.

Christoph, dieses Jahr gab es aber noch ein anderes Highlight. Du bist als Speaker aufgetreten und hast deiner Audience erklärt, was ein (guter!) SEO-Text kostet. Wie war diese Erfahrung für dich?

Christoph: Zum ersten Mal als Speaker auf einer Konferenz wie der Contentixx 2019 war schon etwas aufregend. Aber man lernt immer was dazu: Unterhaltet eure Zuschauer! Etwas Humor schadet nie und Bilder sagen mehr als Worte. Der Inhalt muss stimmen, aber die Präsentation ist genauso wichtig. Und: Übung macht den Meister.



Beim nächsten Mal also mehr Memes? Mehr Bilder? Auf jeden Fall geht es immer irgendwie etwas besser!

Sonja: Zum Schluss möchte ich noch mal ein Lob für die Veranstalter aussprechen. Ich empfand es wirklich als top organisiert und koordiniert. Es gab sowohl zeitgemäße digitale Informationskanäle wie die App, die tatsächlich immer up-to-date war und einen über spontane Happenings informiert hat, als auch genügend Personal, das man persönlich ansprechen



konnte. Wer bei dieser Veranstaltung Hunger verspürt hat, hatte sich vermutlich im umliegenden Wald verirrt, und Schlangen an den Mädels-Toiletten gab es auch nicht. Es verlief wirklich alles reibungslos.

Christoph: Ja, auf jeden Fall auch ein Lob an das Orga-Team, die auch mit Adaptern, Kabeln und Hilfe zur Stelle waren. Super Ablauf, viele spannende Themen – die zwei Tage vergingen wie im Flug.

Sind wir eigentlich bald da? Das sieht doch aus wie der Dresdner Bahnhof. Den Recap für die diesjährige Contentixx wollten wir doch auch noch schreiben.