

Video ist Content-Format Nummer 1

Engagement Lab stellt Content-Marketing-Studie vor

Berlin, 10.05.2017. Das Engagement Lab der suxeedo GmbH stellt die Ergebnisse der bisher größten Untersuchung im Bereich des deutschen Content Marketing vor. Einhundert Marketing-Entscheider aus branchenführenden DAX- und SDAX-Unternehmen gaben hierfür detaillierte Einblicke in Konzepte, Strategien und Ausrichtungen.

Größte Untersuchung im deutschsprachigen Raum

Content Marketing steht seit längerer Zeit im Mittelpunkt der Marketing-Berichterstattung. Eine valide Datenlage fehlte im deutschen Raum bisher allerdings. Dies soll sich mit der vorliegenden Studie nun ändern. Von der Bedeutung über Themen und Zielgruppen bis zu Formaten und Kanälen, gibt die Studie einen Überblick über den aktuellen Stand des Content Marketing in Deutschland. Eine starke Fokussierung auf Video als Content-Format und eine klare Positionierung zur Bedeutung von Content Marketing sind nur zwei der umfangreichen Erkenntnisse.

Auftakt zu jährlicher Erhebung

Die Content-Marketing-Studie 2017 markiert den Beginn einer jährlichen Erhebung, deren Ziel die Dokumentation des Status Quo von Content Marketing in Deutschland und die Identifikation von Trends und Entwicklungen ist.

Das Engagement Lab ist eine Neugründung der Berliner Content Marketing Agentur suxeedo, die zu den führenden des Landes gehört. Als Forschungsabteilung fokussiert sie sich in Zusammenarbeit mit renommierten Hochschulen wie der Ludwig-Maximilians-Universität München auf die Erfassung, Auswertung und Publikation von Aktivitätsdaten im Social Web.

Die komplette Studie steht zum Download auf suxeedo.de/content-marketing-studie bereit.

über suxeedo

Die suxeedo GmbH ist eine führende Content Marketing Agentur in Berlin Mitte am Hackeschen Markt. Seit 2011 werden hier beispielsweise Infografiken, E-Books oder auch Videos für etablierte Online-Unternehmen entwickelt und mittels Seeding in den digitalen Kanälen verbreitet.

über Engagement Lab

Mit dem Engagement Lab etabliert die suxeedo GmbH eine eigene Forschungsabteilung, die sich der Erfassung, Auswertung und Publikation von Aktivitätsdaten im Social Web widmet. Gemeinsam mit renommierten Hochschulen und unter Einbeziehung weiterer, unabhängiger Partner, werden regelmäßig Studien zu Trends und Best-Practices durchgeführt.