

## **Top 5 Erkenntnisse der Content Marketing Studie 2017**

### **1. Video ist das favorisierte Content-Format**

Mehr als zwei Drittel der befragten Entscheider nannten das Bewegtbild-Format bei der Frage nach den verwendeten Formaten. Visuelle Informationen werden deutlich schneller verarbeitet als Text und sind vor allem auf mobilen Endgeräten bevorzugtes Content-Format.

### **2. Content Marketing ist in den Unternehmen angekommen**

Für 88% der Marketing-Entscheider gehört Content Marketing zu den Bestandteilen der Marketing-Kommunikation

### **3. Eigene Teams sind essentiell**

Drei Viertel der B2B- und B2C-Unternehmen verfügen schon über ein eigenes Content-Marketing-Team, das die Maßnahmen bündelt und koordiniert. Häufig arbeiten die Mitarbeiter mit externen Dienstleistern wie Agenturen und Redakteuren zusammen, sind aber auch für die inhaltliche Ausgestaltung zuständig / federführend.

### **4. Die Mehrheit hat noch keine Erfolgsfaktoren (KPIs) definiert.**

Auch wenn Content Marketing für die meisten Teilnehmer zu den Bestandteilen der Marketing-Kommunikation gehört, haben erstaunlich viele Unternehmen noch keine KPIs festgelegt, mit denen sie den Erfolg ihrer Maßnahmen messen können. Hier ist langfristig mit klareren Strategien zu rechnen, da sich sonst Budgets nicht rechtfertigen lassen.

### **5. Die Zukunft sieht rosig aus**

83 % der teilnehmenden Unternehmen schätzen die zukünftigen Potenziale von Content Marketing für ihr Unternehmen als hoch bzw. sehr hoch ein. Dementsprechend kann mit einer Aufstockung der Budgets sowie einer Professionalisierung der Maßnahmen in naher Zukunft gerechnet werden.