



Der Berufsverband  
für Training, Beratung  
und Coaching

News  
& Facts

## Was ist unser Content?

Von Peter Cristofolini, Ehrenmitglied im BDVT

Diese Frage stellen sich viele Firmen. Content ist Englisch und bedeutet „Inhalt“, entlehnt aus dem Lateinischen „contentum“.

In der deutschen Geschäftswelt wird Content im Marketing als abteilungsübergreifende Kommunikation verstanden, bei der relevante Geschichten erzählt werden. Content Marketing wird eine höhere Wirkung zugesprochen als klassischer Werbung.

Das Brand & Retail Management Institute in Dortmund hat zum Content Marketing eine schriftliche Umfrage durchgeführt, 263 Marketingverantwortliche aus deutschsprachigen Unternehmen und Agenturen haben sich beteiligt (Zeitraum November 2017 bis Februar 2018).

Hier die wichtigsten Ergebnisse :

- Fast die Hälfte der Unternehmen hat ein integriertes Kommunikationskonzept, in dem auch Content Marketing berücksichtigt ist - ein schriftlich ausgearbeitet Konzept für Content ist nur selten vorhanden (nur bei 9 %).
- Das Budget für Content Marketing wird dem Budget für klassische Werbung entnommen.
- Kunden- oder produktbezogene Ziele stehen im Vordergrund.
- Agenturen schätzen ihre Rolle als Impulsgeber deutlich wichtiger ein als die Auftraggeber.
- Die meisten Maßnahmen sind textbasiert - audiovisuelle Inhalte spielen nur eine Nebenrolle.
- Die Kanäle sind an erster Stelle die eigene Website zu nennen, dann folgen Facebook, Newsletter und Kundenmagazin.
- Der Erfolg wird meist kanalspezifisch gemessen - ein Drittel der Befragten führt keine Erfolgsmessung durch.
- Bei den sozialen Medien nutzen Agenturen zur Bewertung die Interaktionsrate vor Likes, Shares und Followern. Bei Unternehmen die Rangfolge : Likes, Follower, Shares.

Fazit : Bei Content Marketing gibt es noch viel zu tun - packen wir es an!