

Content Marketing kein Allheilmittel

04.07.2016 10:04 von Admin

Content Marketing kein Allheilmittel

Content Marketing ist derzeit in aller Munde. Wichtig ist dabei, dass der Inhalt unabhängig vom Geschmack des Marketings auf den Kunden abgestimmt sein muss. Das Marketingmagazin *acquisa* hat eine Umfrage zum Thema Content Marketing mit der Kernfrage „Was halten Sie eigentlich von Content Marketing?“ durchgeführt.

Dabei wird deutlich, dass ein Großteil der Befragten Content Marketing ein langes Bleiben prognostiziert. So sprachen sich 42 Prozent dafür aus, dass herkömmlich Werbung mittlerweile überholt sei. Content Marketing sei eine logische und sinnvolle Ergänzung, welcher anhaltender Erfolg beschieden ist.

Ein Viertel der Befragten gab an, Content Marketing sei ein weiteres Phänomen der Werbung. Sobald der Reiz des Neuen verfliegen sei, sei es wie mit jedem neuen Kanal so, dass der echte Wettbewerb ums Auffallen beginne. Etwa ein Sechstel geht zudem davon aus, dass der Begriff als solcher unscharf verwendet wird. Kunden seien sehr wohl in der Lage zu erkennen, ob Ihnen gerade Content oder Marketing aufgetischt wird. Eine Zusammenführung im Begriff Content Marketing ergebe daher keinen Sinn. Komplette Aversion äußerten lediglich acht Prozent der Befragten, da Content Marketing ein „Online-Marketing-Hype“ sei. Damit könne das Verschwinden des Trends in einiger Zeit als gegeben betrachtet werden.

Einen kleinen Scherz erlaubte sich *acquisa* mit der Antwortmöglichkeit „Kann ich nicht beurteilen. Ich muss mir dazu erst noch ein kostenloses Webinar ansehen.“ Immerhin acht Prozent stimmten dieser Aussage zu.