

COPE-Studie: Die größten Vorteile von Content Marketing & welche Trends noch kommen

Die COPE Content Performance Group befragte heimische Unternehmen zum Status quo sowie zu ihren zukünftigen Content-Marketing-Aktivitäten. Die vielen Vorteile und Einsatzmöglichkeiten von Content Marketing und auch die künftigen Trend-Themen hat COPE in einem übersichtlichen Poster zusammengefasst, das online per Download zur Verfügung steht.

Wien / Graz, 27.9.2021

Welchen Stellenwert hat Content Marketing in Österreich und, vor allem, wie sieht die Zukunft aus? Diesen Fragen ging die COPE Content Performance Group, Österreichs führende Agentur für Marketing-Transformation, datenbasiertes Content Marketing und Digital-Vermarktung, nach.

[>>> Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie als Poster zum Downloaden](#)

Die Ergebnisse der COPE-Studie zeigen, dass Content Marketing bereits fest in den Köpfen der österreichischen Unternehmer:innen und Marketer:innen verankert ist. 48% der Befragten setzen Content Marketing bereits in ihrem Unternehmen ein. Und knapp 60% der Befragten gehen davon aus, dass die Bedeutung von Content Marketing in den nächsten drei Jahren in ihrem Unternehmen noch weiter steigen wird.

„Das Bewusstsein für Content Marketing ist da, das sehen wir bei unseren Kund:innen und das wurde in der Studie noch einmal quantitativ bestätigt. Und das liegt vor allem daran, dass Content Marketing den Unternehmen langfristige Vorteile bringen kann Sie können mit gutem, qualitativem Content ihre Marken stärken, sich auf einem Gebiet als Experten positionieren und lebensnotwendige 1st-Party-Daten sammeln, die sie für eine direkte Kundenansprache brauchen. Damit bauen sie außerdem schon für die Zeit nach Ende der 3rd Party Cookies vor und machen sich von Fremdplattformen und Drittanbietern unabhängiger.“

Xenia Daum, Geschäftsführerin bei COPE

Vorteile für Markenbekanntheit, Leadgenerierung und Suchmaschinenranking

Vorteile, die durch den Einsatz von Content Marketing für Unternehmen entstehen, sehen die Befragten vor allem in der Erhöhung ihrer Markenbekanntheit (65%). 63% der Befragten gaben außerdem an, mit Content Marketing Leads bzw. Kontakte zu generieren und 62% möchten das Suchmaschinen-Ranking ihrer Website verbessern. Content Marketing eignet sich also nicht nur zur Verbesserung des Markenimages, sondern ebenso zur Neukundengewinnung und Steigerung des Umsatzes, für Cross- und Up-Selling sowie auch für den Bereich des Employer Brandings.

Personalisierter Content und Marketing Automation ganz hoch im Kurs

Bei den Zukunftsthemen im Content Marketing ist personalisierter Content (58%) für Marketer:innen entscheidend. Gefolgt von Marketing Automation (Marketing- und Leadgenerierungsprozesse, welche mit Software automatisiert sind) mit 49% sowie Live-Videos mit 41%.



Externe Agenturen sind gefragt

Bei der Frage, warum Unternehmen mit externen Content-Marketing-Agenturen zusammenarbeiten, gaben 50% der Befragten an, dass sie zu wenig Personal inhouse haben. Dass der Blick von außen Betriebsblindheit verhindert, ist für 47,5% ein Grund für Outsourcing und 44% schätzen bei externen Agenturen die Vielzahl an Spezialist:innen.

„Was wir aus Gesprächen mit unseren Kund:innen mitnehmen und was die Ergebnisse der Befragung zeigen: den Unternehmen ist bewusst, dass beispielsweise das Aufsetzen einer stringenten Content-Marketing-Strategie oder die Entwicklung multimedialer Inhalte oftmals an den fehlenden internen Ressourcen scheitern. Hier setzen wir als COPE an. Mit unserem knapp 100-köpfigen Team aus Strategie-Berater:innen, Content-Producer:innen und Expert:innen aus allen digitalen Kommunikationsdisziplinen bieten wir alle Content-Marketing-Kompetenzen aus einer Hand. Das macht die Zusammenarbeit mit uns so einfach und unsere Kund:innen können all ihre Kraft wieder in ihr Kerngeschäft stecken.

Eva Maria Kubin, Geschäftsführerin bei COPE

[>>> Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie als Poster zum Downloaden](#)

Quelle: Content-Marketing-Studie der COPE Content Performance Group, durchgeführt von Mindtake Herbst 2020. N= 224. Beschreibung der Stichprobe nach Unternehmensgröße:
26,4 % (10–49 MA), 26,6 % (50–249 MA), 12,1% (250–499 MA), 34,9 % (+ 500 MA).

COPE Content Performance Group (COPE) ist Österreichs führende Agentur für Marketing-Transformation, datenbasiertes Content Marketing und Digital-Vermarktung. COPE verfügt über eines der größten Reichweitennetzwerke Österreichs, das COPE-Netzwerk (sd one), mit mehr als 100 Premium-Plattformen, und zählt zu den meistausgezeichneten Content-Marketing-Agenturen des Landes (ehem. Styria Content Creation). Das knapp 100-köpfige Team an den Standorten Wien und Graz setzt sich aus ausgewiesenen Fachexpertinnen zusammen und umfasst Content-Strateg:innen, Storytellers, Newsroom-Insider, Leads- & Daten-Aficionados, kreative Filmemacher:innen, Activation-Spezialistinnen, Projektmanager:innen, AdTech-Gurus, uvm. COPE begleitet Unternehmen von der Content-Strategie und Konzeption über die Content-Erstellung, Technologie- und Plattform-Beratung bis hin zur passenden Distribution – über das COPE-Netzwerk (sd one), Social Media und Google inklusive Performance-Messung und -Optimierung. CONSULT– CREATE – ACTIVATE. [copegroup.com](https://www.copegroup.com)