

Social Media-Posts von Unternehmen – Störfaktor oder Konsumtrigger?

Einladung zur digitalen Präsentation der neuen Best of Content Marketing-Wirkungsstudie: „Marken-Posts: Experiences & Effects“

Planegg, 13. Juni 2024. Was halten Konsument:innen von Social Media-Posts von Unternehmen? Wie erleben sie sie und welche Handlungen lösen die Postings aus? Diesen Fragen geht Teil drei der Best of Content Marketing-Wirkungsstudienreihe „Experiences & Effects“ nach. Nach digitalen und gedruckten Unternehmensinhalten hat sich das Content Marketing Forum e.V. (CMF) zusammen mit dem Forschungsinstitut Scion diesmal den Aktivitäten von Unternehmen auf diversen Social Media-Channels gewidmet. Dazu wurden Konsument:innen in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz nach ihren Erfahrungen und ihrem Nutzungsverhalten in Bezug auf Markenposts befragt.

„Im Gegensatz zu Digital Corporate Content und gedruckten Kundenmagazinen werden die Markenposts bei Facebook, Instagram und Co. von den User:innen klar als Werbung wahrgenommen“, verrät Studienleiter Prof. Dr. Clemens Koob ein zentrales Ergebnis der für den DACH-Raum repräsentativen Studie. „Dennoch entfalten sie eine signifikante vertriebsunterstützende Wirkung“, ergänzt Olaf Wolff, 1. Vorsitzender des CMF.

Was das und die zahlreichen weiteren Erkenntnisse aus der Befragung für Unternehmen in Bezug auf ihren Social Media-Content bedeutet, und wie nachjustiert werden kann, das offenbart ein tieferer Blick in die Ergebnisse der Studie. Einen ersten Einblick gibt es am **24. Juni (12-13.30 Uhr)** im Rahmen einer digitalen Präsentation der Studie. Die Veranstaltung ist digital, kostenfrei und offen für alle Interessierten. ([Zur Anmeldung](#))

Im Anschluss ist die Studie im Online-Shop des Deutschen Fachverlags (<https://www.dfv-fachbuch.de/>) zum Preis von 395 € (zzgl. Ust) erhältlich. CMF-Mitglieder bekommen die Studie kostenfrei über die CMF-Geschäftsstelle.

Content Marketing Forum (CMF):

Das Content Marketing Forum e.V. steht für Best of Content Marketing. Es ist der Verband der Content Marketing Expert:innen im deutschsprachigen Raum. Einzelunternehmen, Agenturen, Dienstleister und Content Marketing betreibende Unternehmen finden im CMF eine Plattform für fachlichen Austausch und eine Bühne für ihre Leistungen.

Scion Research Labs:

Scion steht für wissenschaftlich fundierte Insights. Als Research-Lab bietet Scion Markt- und Organisationsforschung auf höchstem Niveau. Innovative und bewährte wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden werden mit dem State-of-the-Art der Daten-Analyse kombiniert, um Unternehmen Einblicke zu geben, was Menschen und Märkte bewegt.

Pressekontakt:

Regina Karnapp, Geschäftsführung

Email: regina.karnapp@content-marketing-forum.com

Tel: +491637406921

<https://bestofcontentmarketing.com>