

Interview 13/2015

Content Marketing

Responsive Content für ein Internet of Now

Laut dem FCP-Barometer Herbst 2014 setzen über 55% der Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz bei ihrem grundsätzlichen Kommunikationsansatz bereits auf Inhalte statt auf werblicher Impulse. In drei Jahren werden es bereits mehr als 80% sein.

Zum Auftakt der ersten [Veranstaltung](#) der neugegründeten Content Marketing Akademie (17./18. November 2015 in Hamburg) sprachen wir mit Christoph Bornschein, Gründer und Geschäftsführer von Torben, Lucie und die gelbe Gefahr (TLGG).

Wie betreiben Sie eigentlich Content Marketing?

Content Marketing ist für uns nicht der einzige, aber ein immens wichtiger Teil der Kundenerfahrung, für potenzielle ebenso wie für Bestandskunden. Content Marketing ist die Kommunikation der Marke in allen Kanälen – und die braucht in den meisten Fällen eben mehr als Abverkaufsbotschaften und blinkende Preise. Wir erarbeiten und erstellen kreative und aufmerksamkeitsstarke Inhalte und spielen sie so ziel- und passgenau wie möglich aus. Darüber hinaus bieten uns diese Inhalte die Möglichkeit, Nutzer anhand ihrer Interessen zu segmentieren.

Wie sehen Sie die Entwicklung von Content Marketing?

Content Marketing, das morgen funktionieren will, muss sich zunächst noch weiter weg von der reinen Verkaufsbotschaft bewegen. Gleichzeitig braucht es Vielfalt, Präzision und Flexibilität. Statt mit viel Druck möglichst viele Kontakte herzustellen, von denen dann statistisch schon einige hochwertig sein werden, braucht es ein Targeting, das sich an Persönlichkeiten, Orten, Tageszeiten, Situationen und anderen Relevanzkriterien orientiert – responsiver Content für ein Internet of Now.

Worauf müssen Unternehmen besonders achten, und was ist Ihr Tipp?

Aus den genannten Punkten folgt ein wichtiger Sammelpunkt: Relevanz. Relevanz für den Kunden und Konsumenten, für seine inhaltlichen Ansprüche und seine zeitlichen, örtlichen, situativen Begleitumstände. Die Kunst dabei: die Brücke zur eigenen Marken- und Produktidentität zu schlagen. Auch 2017 werden die Menschen lustige Tiervideos mögen – finden Sie einen Weg, eine sinnvolle Brücke zu Ihrer neuen Nutzfahrzeugserie zu schlagen?

Weitere Informationen:

Daniel Schuster

Tel: +49 (30) 72 62 98-160

E-Mail: d.schuster@vdz-akademie.de

Website: www.vdz-akademie.de

Facebook: www.facebook.com/VDZAkademie

Twitter: www.twitter.com/VDZ_Akademie

Über die VDZ Akademie:

Die VDZ Akademie, 1993 vom VDZ - Verband Deutscher Zeitschriftenverleger gegründet, ist das führende Aus- und Weiterbildungsinstitut für Zeitschriftenverlage im deutschsprachigen Raum. Die VDZ Akademie verfügt über ein nationales und internationales Netzwerk an Experten aus Medien und Verlagen sowie verwandten Branchen. Gemeinsam mit ihnen identifiziert sie medien-spezifische Zukunftsthemen und entwickelt auf dieser Basis ein breit gefächertes, praxisorientiertes Bildungsangebot, das aktuelle Top-Themen aus verschiedenen Perspektiven vermittelt. Das Angebot umfasst Seminare, Zertifikatskurse, Expertenforen und Kongresse, individuelle Inhouse-Schulungen, internationale Verlegerreisen sowie eine Vielzahl weiterer Services und Dienstleistungen. Weitere Informationen unter: www.vdz-akademie.de