



## Content Marketing 2016 - das sind die Trends

Der Begriff Content Marketing ist 2015 endgültig zu einem geflügelten Wort geworden. Die Idee dahinter ist jedoch so alt wie „inhaltliche Relevanz“ und „Absatzwirtschaft“ selber: Schließlich sollte jedweder Inhalt aussagekräftig sein und sowohl neue Kunden anlocken, wie auch bestehende mit Informationen binden

### Inhalt

- Die Grundlagen: Mobile und Unique Content
- Die Pflicht: Social Media | Qualität statt Spam | Leads
- Die Kür: Grafiken & Videos
- Fazit: Alles beim Alten?

### Die Grundlagen: Mobile und Unique Content

Deutschland ist nach wie vor Google-Land. Was man durchaus als Monopolstellung betrachten kann, ist zumindest für die (deutsche) Content-Branche eine Vereinfachung - schließlich muss man sich fast ausschließlich nur um die Mechanismen von Google kümmern. Hier steht **Responsive Design** 2016 im Fokus. Das war 2015 schon der Fall, dieses Jahr wird es aber noch relevanter: Es ist nicht abzustreiten, dass immer mehr Traffic über **mobile Geräte** generiert wird. Wer sich hierauf noch nicht vorbereitet hat, sollte dies schleunigst nachholen.

Der Begriff **Unique Content** begleitet - uns besonders - nun schon seit Jahren. Immerhin sind wir darauf spezialisiert, auch größte [Textaufträge](#) immer „unique“, also einzigartig zu machen. Wie wichtig das ist, zeigt ein Blick in die diversen sozialen Netzwerke. Scrollen Sie durch Ihre Timelines - was sehen Sie? Lauter Content, der um Aufmerksamkeit buhlt. Aus der Maße mit hervorragendem und einmaligem Inhalt herauszustechen, ist also oberstes Gebot. Dabei reicht es nicht mehr, das Thema, dass jeder andere schon zerlegt hat, erneut zu behandeln. Eher steht im Fokus, auch **komplizierte Sachverhalte einfach zu erklären**. Also Vorgänge zu erklären,

### Crowd Guru GmbH

Schlesische Straße 26, 10997  
Berlin

[kontakt@crowdguru.de](mailto:kontakt@crowdguru.de)

Tel.: +49 30 319870880

### Über Crowd Guru

Crowd Guru bearbeitet schnell und kostengünstig große Mengen von Daten und Inhalten für Unternehmen, indem Projekte und Prozesse gemäß dem Prinzip Crowdsourcing in viele kleine Einzelaufgaben zerlegt werden. Diese werden durch qualifizierte Experten (Gurus) auf der eigenen Plattform bearbeitet. Nach umfassender Qualitätsprüfung erhalten die Kunden von Crowd Guru ihre Daten zur sofortigen Nutzung zurück, wobei ihnen von der Beauftragung bis zur Lieferung der Ergebnisse ein persönlicher Ansprechpartner zur Seite steht. Dadurch ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden ohne eigenen Aufwand die Vorteile von Crowdsourcing zu nutzen und umfangreiche Projekte transparent und in kürzester Zeit zu realisieren. Crowd Guru ist ein Berliner Unternehmen und bereits seit 2008 im Bereich Crowdsourcing tätig. Die Dienstleistungen von Crowd Guru reichen von Daten-verarbeitung und Vertriebs-datenrecherche über Adress- bzw. Informations-recherche bis hin zu Produktbeschreibungen und Transkriptionen.

Kostenloses Angebot  
anfordern

die zuvor noch nicht erklärt wurden. Das die Erstellung von Unique Content damit immer mehr in die Hände von [Schreibspezialisten](#) geht, liegt auf der Hand.

### **Die Pflicht: Social Media | Qualität statt Spam | Leads**

Wie oben schon angedeutet, buhlen Tausende um unsere Aufmerksamkeit in den sozialen Netzwerken. Ein Tweet hat eine Halbwertszeit von 18 Minuten. Bei Facebook, Instagram und Co. sieht es nicht viel besser aus. Wie also erzeugen Sie Aufmerksamkeit ohne zu spammen? Konzentrieren Sie sich auf Ihre Zielgruppe. Dazu zählt vor allem: Lernen Sie Ihre Zielgruppe besser kennen. Wer ist es? Die Führungskraft des Unternehmens oder der Verbraucher? Wie alt und woher? Ist die Zielgruppe definiert, können sie Ihren qualitativen Content genau auf diese ausrichten. Das bedeutet auch, neue Formen von Content Marketing einzuführen: Tweets und Facebook-Posts haben ihre Berechtigung, eigenen sich aber nicht, um auf länger im Gedächtnis zu bleiben. Dafür ist die Inhaltsflut in den sozialen Netzwerken zu groß. Die Alternative? Blog-, Fach- und Gastartikel auf für Ihre Nische spezialisierten Plattformen. Was das bringt? Ihre Inhalte sind länger für die relevante Zielgruppe zu erreichen und das führt zu mehr Klicks. Und diese führen im Idealfall zu Verkäufen - in jedem Fall aber können Sie sich oder Ihr Unternehmen aber als Experte positionieren. Sie bleiben im Gedächtnis und die Wahrscheinlichkeit, dass man auf Sie oder Ihr Unternehmen zurückkommt, steigt.

### **Die Kür: Grafiken & Videos**

Text ist gut, wichtig und relevant. Richtig platziert entfaltet er seine ganze Wirkung. Das menschliche Auge aber reagiert auf Grafiken und Videos viel häufiger. Gerade in sozialen Netzwerken, in denen es vor allem um die Abgrenzung zu den anderen geht - maximal die Headline aufmerksam gelesen wird - sollten Sie auf optische Highlights nicht verzichten. Mit einer Grafik oder einem Video erzeugen Sie mehr Aufmerksamkeit. Verlinkt die Grafik dann auf Ihren Blogartikel oder Ihre Website, ist die Wahrscheinlichkeit, mehr Leser zu bekommen, groß.

2016 wird Video noch mehr in den Fokus rücken, als in den vergangenen Jahren. Besonders Live-Streaming-Dienste werden, allen Prognosen nach, die großen Gewinner sein. Plattformen wie Meerkat haben 2015 immer mehr Nutzer erobern können. Twitter hat mit Periscope nachgezogen. Per Knopfdruck direkt mittels Videostream die Nutzerschaft erreichen - in 2016 sicher ein großes und spannendes Thema.

### **Fazit: Alles beim Alten?**

Das klingt alles nicht neu? Ist es auch nicht unbedingt. Anstelle einer Revolution erleben wir eher viele kleine Revolutionen. Wer die verpasst, verpasst auch viele Chancen und steht schnell im Abseits.

Zugegeben; ein wenig Arbeit muss man investieren - oder wüssten Sie sofort, was Sie mittels Livestream zeigen sollten? Kennen Sie Ihre Nutzerschaft so gut, dass Sie sofort passenden Content liefern können? Und haben Sie die Kapazitäten diesen auch zu produzieren? Bei vielem können Experten Sie unterstützen, beispielsweise mittels Crowdsourcing.

2016 wird definitiv spannend!