

## Content Marketing zielt nicht direkt auf Sales ab

**Was Content Marketing wirklich ist und macht, wissen nur Wenige. Da es sich schlussendlich um eine Art Marketingstrategie handelt, könnte man meinen, dass Absatzsteigerung auch das Hauptziel des Content Marketing ist. Dem ist aber nicht so.**

**Veröffentlichung:** 14.10.2013 auf [www.marketing.ch](http://www.marketing.ch)

**Text:** Ilknur Kazan

SEO Suisse definiert Content Marketing kurz und knapp: Content Marketing ist die Kunst der Kommunikation mit bestehenden und potentiellen Kunden ohne den direkten Verkauf. Es werden nicht Produkte oder Services angeboten, sondern Contents, welche den Kunden aufklären oder unterhalten. Gemäss Fishkin sind die Hauptziele des Content Marketing Vertrauen, Sympathie und Vertrautheit aufzubauen. Langfristig und indirekt verfolgt Content Marketing natürlich auch Ziele wie Kundenbindung, Neukundengewinnung oder Absatzsteigerung.



Eine Studie hat herausgefunden, dass Marketing-Leute die grösste Wirkung des Content Marketing in Leadgenerierung und Markenbekanntheit sehen, dabei kommen Sales an vierter Stelle. Zudem wurde erwähnt, dass die Verbesserung der Beziehung mit den wichtigen Zielgruppen und des Vertrauensfaktors, die beiden grössten Stärken des Content Marketing sind. Obwohl diese Stärken nicht direkt zu Sales führen, haben die Unternehmungen diese Voraussetzungen zu erfüllen, um Sales generieren zu können.

Nach Kaiser nehmen viele Konsumenten aufgrund der permanenten Werbepresenz im Alltag die klassischen Werbebotschaften nicht mehr wahr. Die Konsumenten von heute wollen sich selbständig informieren, schätzen wertvolle Inhalte und sind bereit mit Unternehmungen zu interagieren. Genau an diesen Punkten setzt Content Marketing an, indem es redaktionelle Inhalte anbietet, welche informierend, nutzbringend oder unterhaltend sind. Dabei werden die eigenen Produkte und Services nicht

angesprochen, und die potenziellen Kunden nicht zum Kauf animiert. Content Marketing konzentriert sich auf die Bedürfnisse des Kunden und baut somit Vertrauen zum Anbieter auf. Dank dieser Vertrauensbeziehung ist es dem Content Marketing langfristig und indirekt möglich, die Ziele Kundenbindung, Neukundengewinnung und Absatzsteigerung zu erreichen.

Nach all den oben erwähnten Aspekten, könnte die Frage aufkommen, ob Content Marketing eine Disziplin der PR ist. Denn seit jeher sind es die Aufgaben der PR, Unternehmensinhalte in die Öffentlichkeit zu bringen, Vertrauen zu erlangen

und das Image des Unternehmens zu stärken bzw. zu bewahren. Hinzu kommt, dass auch PR nicht direkt das Ziel der Absatzsteigerung verfolgt. Wochnik erläutert die enge Beziehung zwischen Content Marketing und PR einleuchtend: Durch den Einzug der Social Media wurde ein Umdenken erforderlich, da neue Möglichkeiten entstanden sind, wie sich ein Unternehmen ins Gespräch bringen kann. Content Marketing schafft die Anknüpfung an die neuen Umstände: Es ist die neue Art der Öffentlichkeitsarbeit im Internet, welche kundenzentrierte Inhalte anbietet und Online-PR, Social Media sowie SEO verbindet.

#### Quellen:

- Fishkin, R. (2012). *A Manifesto of Content Marketing*. Abgerufen von [http://moz.com/blog/manifesto-of-content-marketing?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+seomoz+%28SEOmoz+Daily+Blog%29](http://moz.com/blog/manifesto-of-content-marketing?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+seomoz+%28SEOmoz+Daily+Blog%29)
- Kaiser, F. (2012). *Content Marketing – Vertrauen durch Inhalte*. Abgerufen von <http://www.simonrueger.de/Content-Marketing-Vertrauen-durch-Inhalte.html>
- Reilly, A. (2012). *Content Marketing isn't for Making Sales*. Abgerufen von <http://technorati.com/business/advertising/article/content-marketing-isnt-for-making-sales/>
- SEO Suisse. (2012). *SEO: Content Marketing*. Abgerufen von <http://www.seosuisse.ch/seo-content-marketing>
- Wochnik, D. (2012). *Ist Content Marketing das neue Schwarz in der PR?* Abgerufen von <http://www.webathleten.de/blog/public-relations-bei-den-webathleten/content-marketing-das-neue-schwarz-in-der-pr/>
- Bildquelle: <http://www.webpresencegroup.net/wp-content/uploads/2012/03/content-marketing1.jpg>

#### Über die Autorin

*Ilknur Kazan ist Mitarbeiterin und Redakteurin beim Online-Portal marketing.ch. Ilknur Kazan studiert Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Türkisch an der Universität Zürich.*