

# Generation Content

Inhalte statt Werbung: Wie und wo Sie Millennials mit Content Marketing am besten erreichen



# Content (Marketing): Inhalte statt Werbung

Content Marketing ist für die meisten Unternehmen inzwischen ein fester Bestandteil ihrer Marketing-Strategie.

Die **Relevanz** der Inhalte ist der Schlüssel für erfolgreiches Content Marketing - dafür ist eine tiefe **Kenntnis der Zielgruppe** entscheidend. Doch auch die Wahl des Kanals und des Formats ist wesentlich, um die gewünschte Zielgruppe überhaupt erst zu erreichen.

Werden relevante Inhalte erst einmal **wahrgenommen**, so setzen sich potenzielle Kunden mit Ihrer Marke besonders intensiv auseinander und bauen im besten Falle eine Bindung zu Ihnen als Marke auf.

Sie möchten Ihre Content-Strategie auf die Zielgruppe der **Millennials** optimieren? Diese Analyse liefert Ihnen die Antworten auf die Fragen:

Wo wird Content am häufigsten wahrgenommen?

Welche Formate und Kanäle kommen bei der Zielgruppe der Millennials am besten an?

Was sind die Anforderungen der Gen Y an Content?

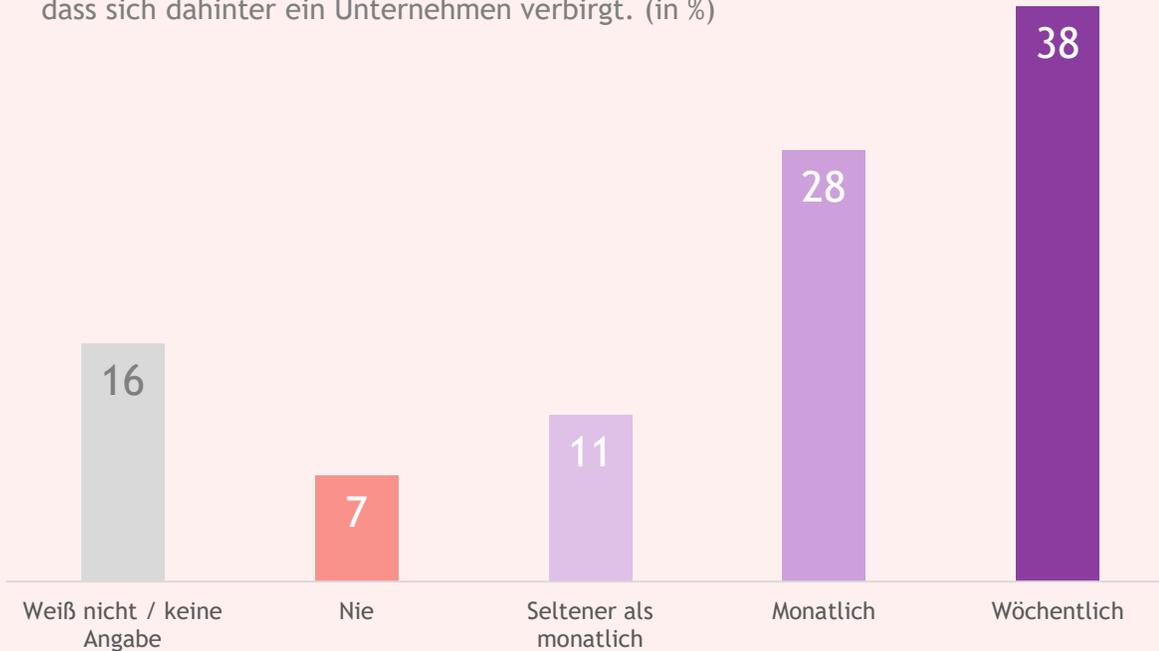
77% der Millennials haben Marketing-  
Content bereits wahrgenommen.



## Mehr als **drei Viertel** der Millennials nehmen Marketing-Content zumindest gelegentlich wahr.

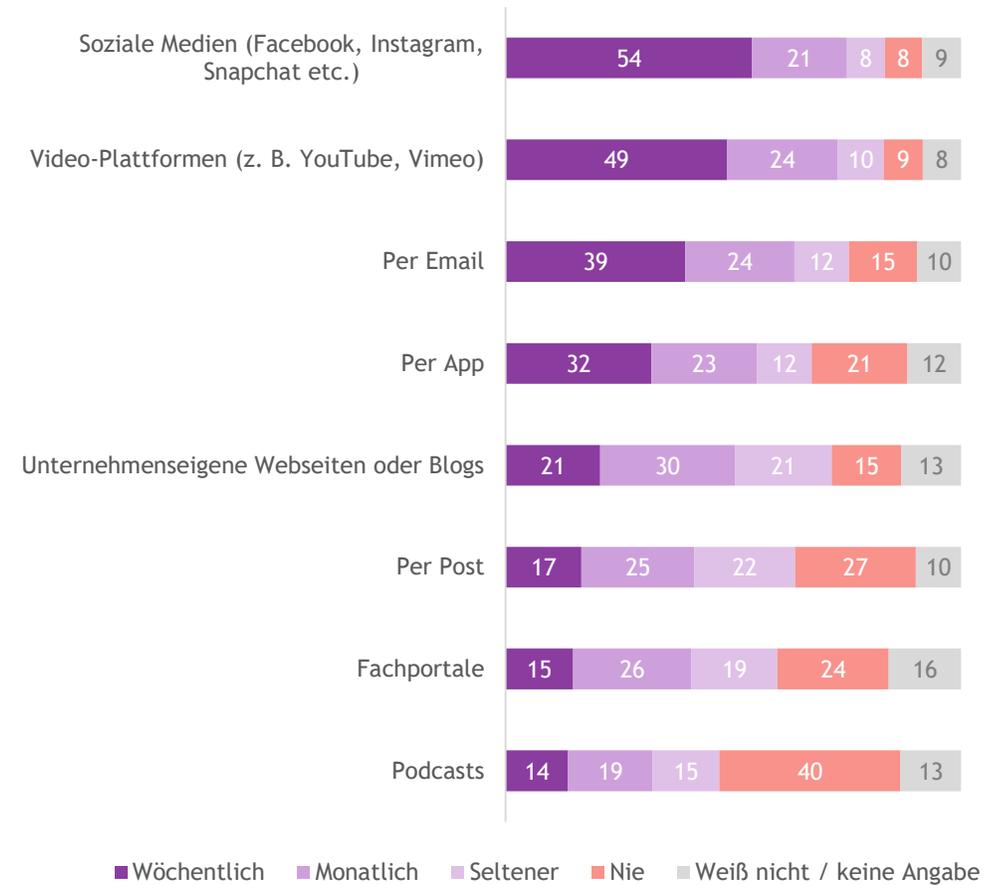
Viele Unternehmen nutzen in ihrer Kommunikation neben klassischer Werbung, zum Beispiel über Anzeigen oder Werbespots, verstärkt auch Inhalte, die in erster Linie informieren, unterhalten oder beraten sollen, ohne dass diese unbedingt als Werbung erkennbar sind. Beispiele hierfür sind etwa Kundenmagazine, Videos, gesponserte Artikel in der Presse oder Unternehmens-Blogs sowie Beiträge von Bloggern oder Influencern auf sozialen Medien.

Wie häufig haben Sie selbst solche hauptsächlich informierenden Inhalte, unabhängig vom Bereich, bereits wahrgenommen? Beziehen Sie bitte auch solche Inhalte ein, bei denen Sie zumindest vermuten, dass sich dahinter ein Unternehmen verbirgt. (in %)



## Die neuen Medien finden bei Gen Y am meisten Beachtung

Kanäle, auf denen Content **wahrgenommen** wird (in %)\*



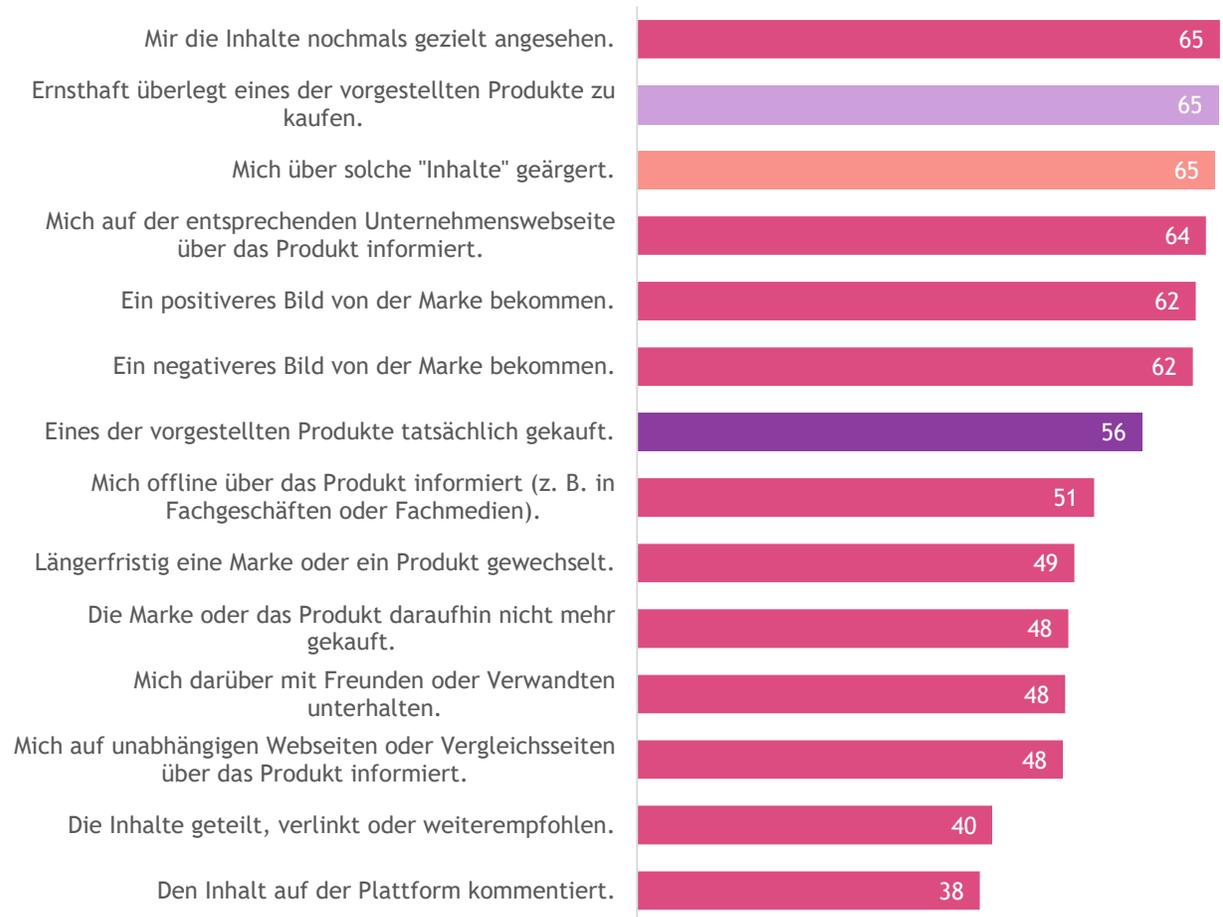
Fast zwei Drittel der Millennials haben sich schon mal über Content **geärgert**. Aber genauso viele haben sich überlegt, eines der vorgestellten Produkte zu **kaufen** und über die Hälfte hat eines der vorgestellten Produkte tatsächlich gekauft.

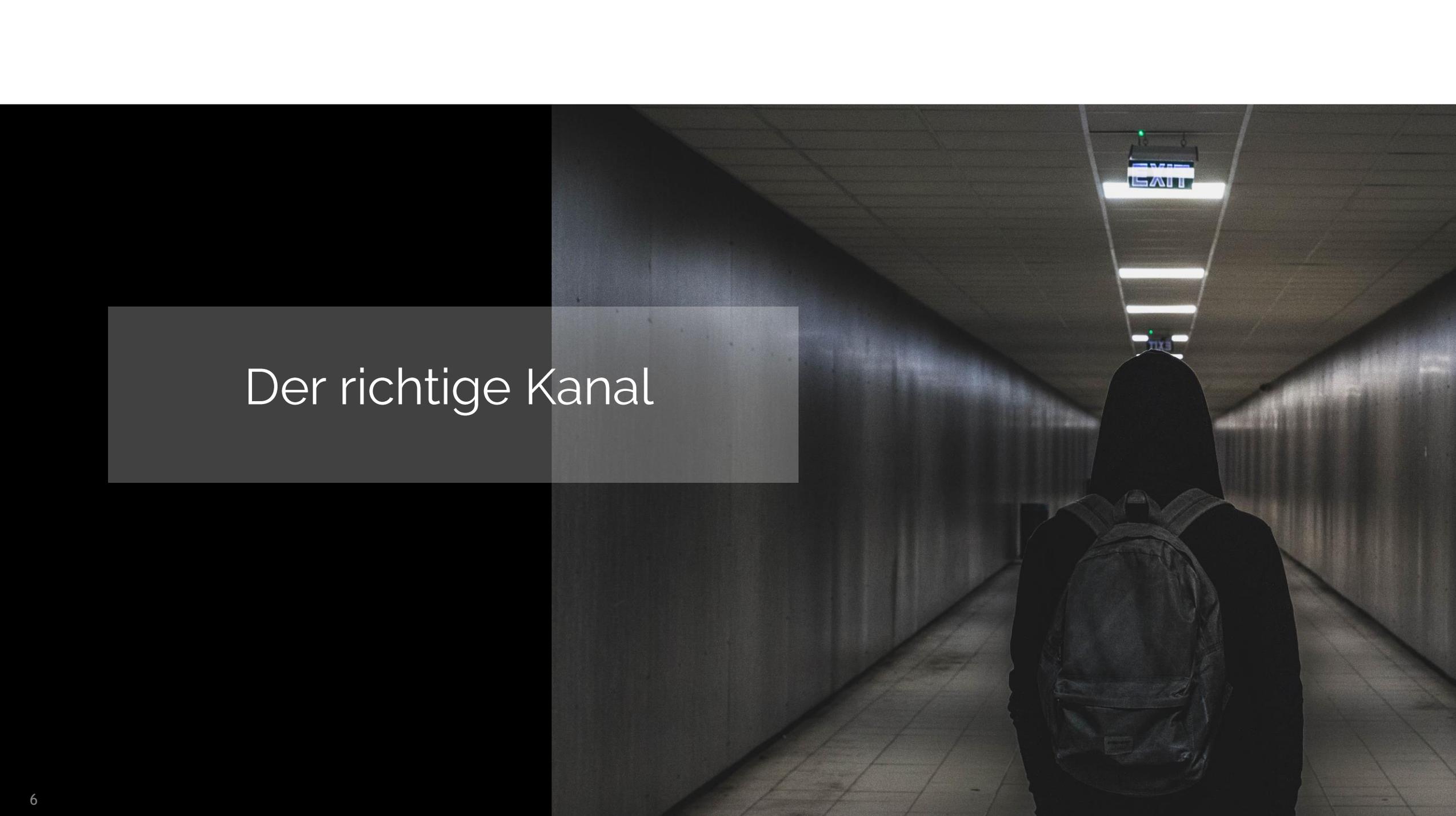
Wer die Zielgruppe mit relevanten Inhalten und Formaten in den richtigen Kanälen angeht, kann sein **Markenimage stärken**, **Aufmerksamkeit erhalten** und **Sales und Leads generieren**.

Sie möchten wissen, wie Ihr Content bei Ihrer Zielgruppe ankommt? Sprechen Sie uns an!

## Gemischte Reaktionen auf Marketing-Content

Sie haben angegeben, dass Sie bereits auf Inhalte von Unternehmen gestoßen sind, die nicht unbedingt als Werbung erkennbar waren. Wie ist das bei Ihnen: Nachdem Sie solche Inhalte wahrgenommen haben, wie haben Sie darauf reagiert? (in %)

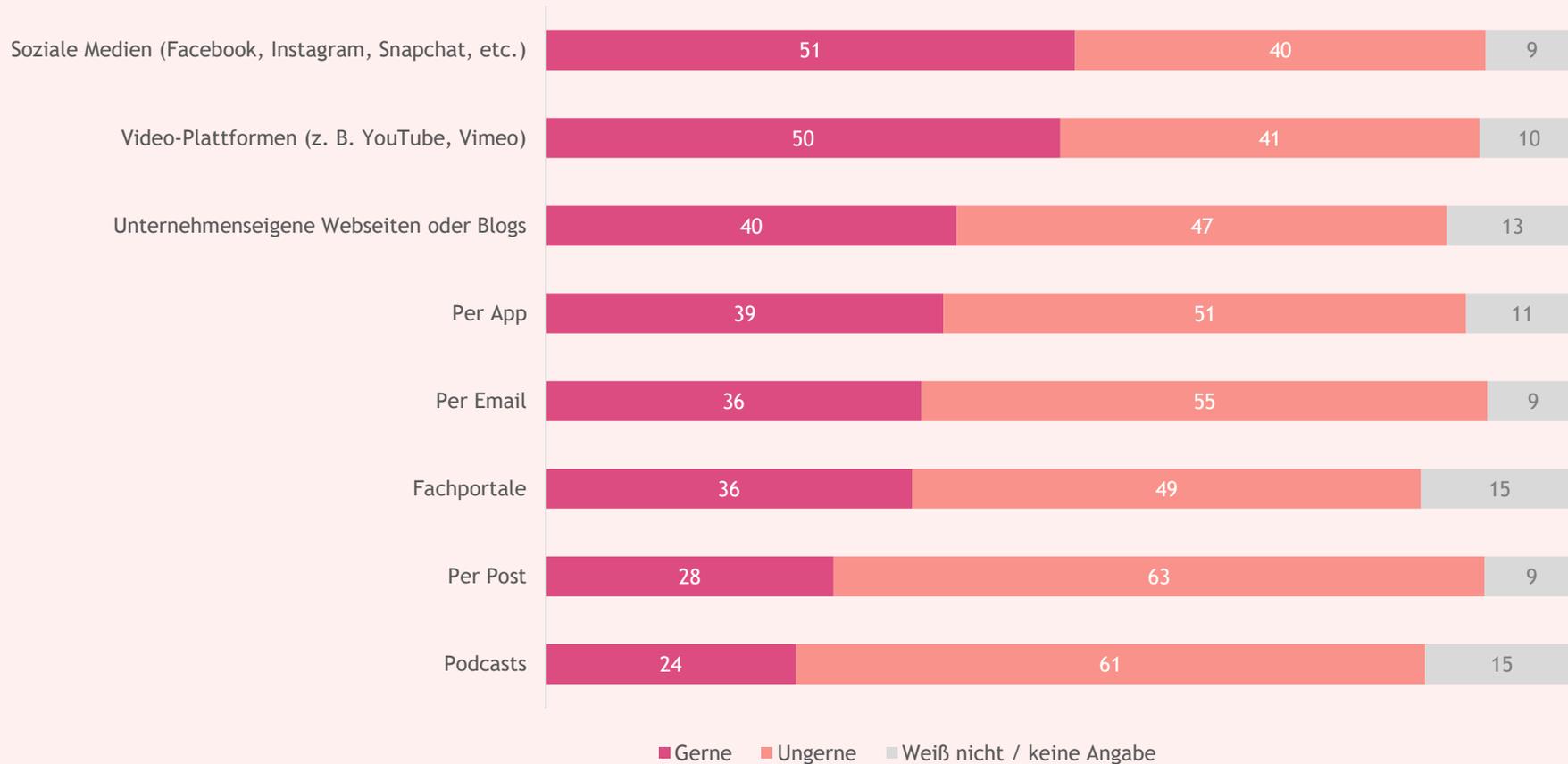


A person wearing a dark hoodie and a backpack is walking away from the camera down a long, dimly lit tunnel. The tunnel walls are made of metal panels, and the floor is tiled. In the distance, a glowing blue 'EXIT' sign is visible on the ceiling, with another one further ahead. The scene is captured from a low angle, emphasizing the length of the tunnel.

Der richtige Kanal

# Millennials konsumieren Content am liebsten über soziale Medien oder Video-Plattformen

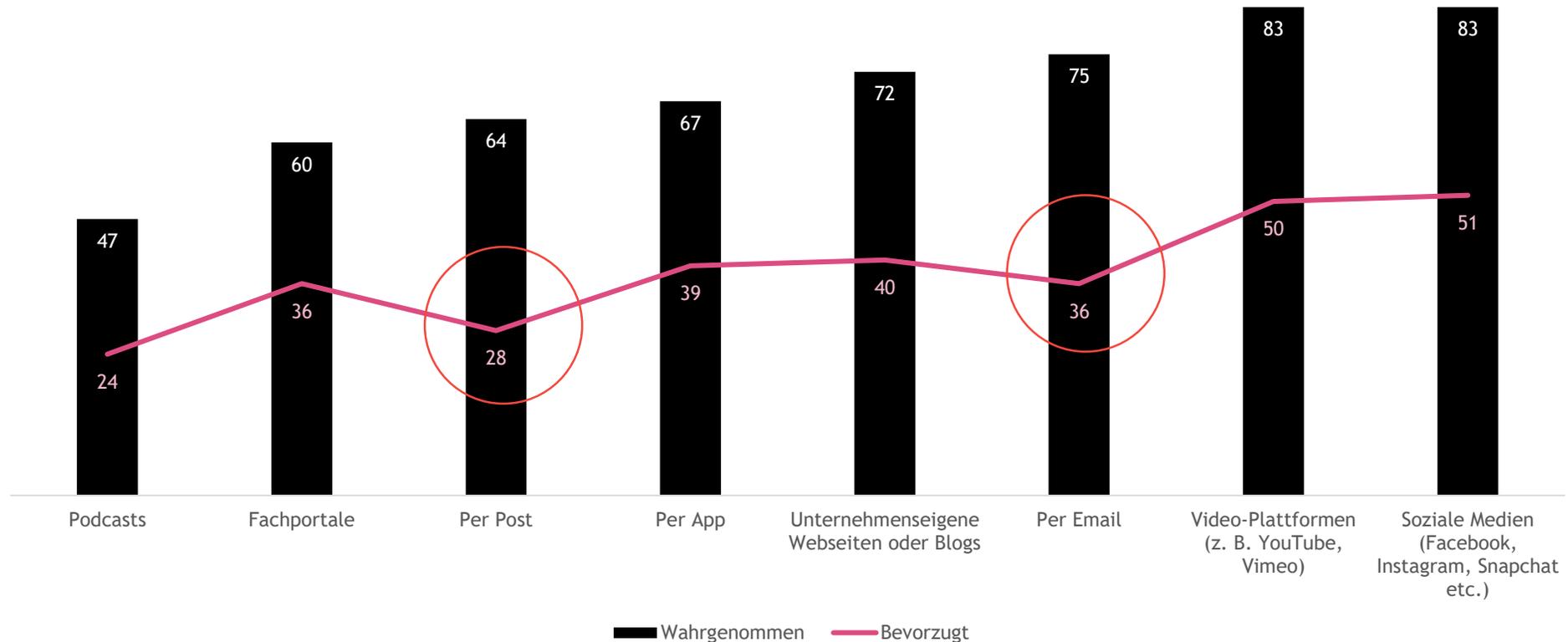
Wie gerne konsumieren/erhalten Sie nicht rein werbliche Unternehmensinhalte über die folgenden Kanäle? (in %)



Sie möchten wissen, welcher Kanal bei Ihrer Zielgruppe am beliebtesten ist? Sprechen Sie uns an!

Millennials konsumieren Content am liebsten dort, wo sie ihn auch bereits am stärksten wahrnehmen. Bei den Kanälen **Email** und **Post** gibt es jedoch eine größere Diskrepanz zwischen Wahrnehmung und Präferenz. Dies sollten Unternehmen in Ihrer Kommunikation mit dieser Zielgruppe berücksichtigen.

Kanäle auf denen Content wahrgenommen wird vs. die Kanäle auf denen er bevorzugt konsumiert wird (in %)



# Das richtige Format

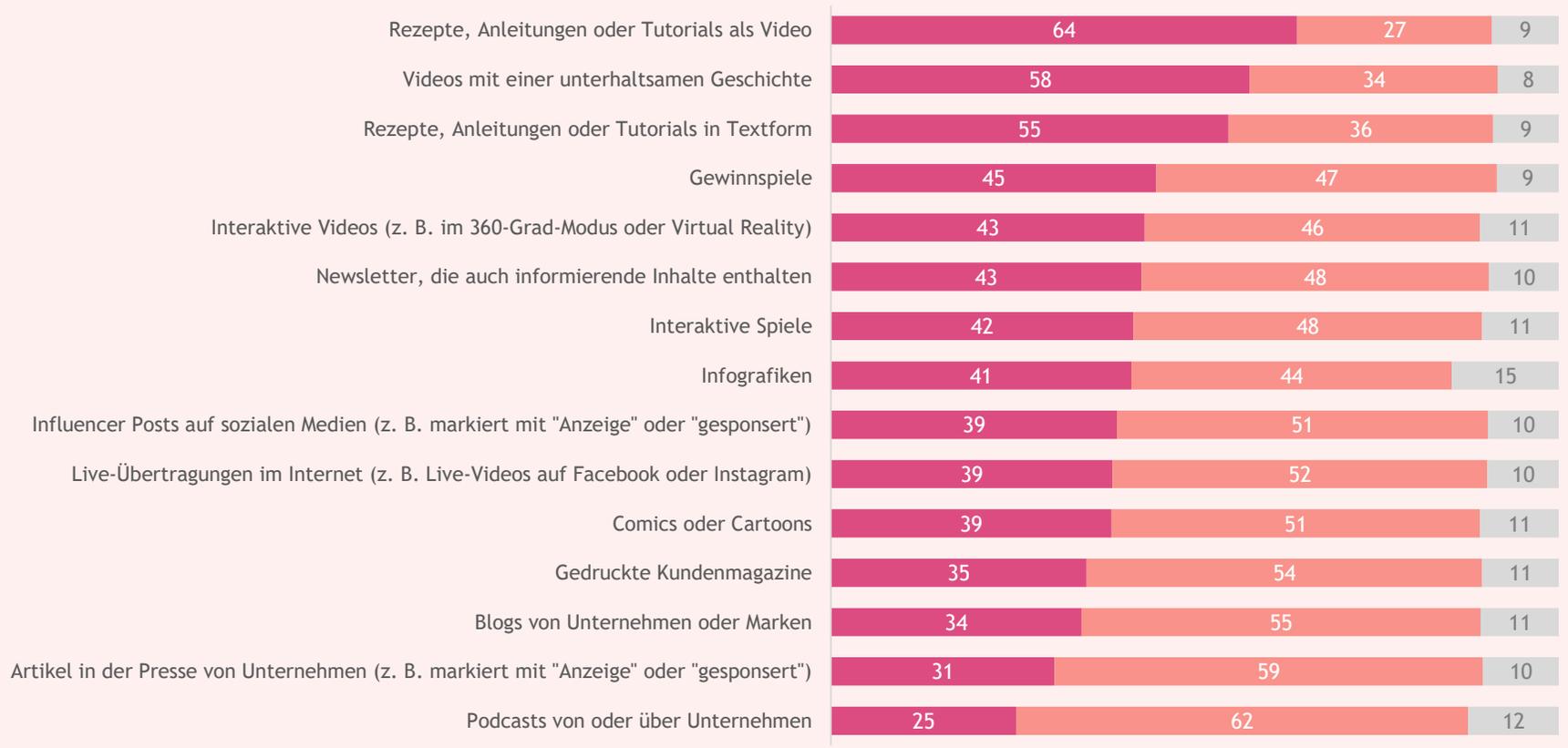




# Rezepte, Anleitungen oder Tutorials als Video kommen bei der Zielgruppe der Generation Y besonders gut an



Wie interessant finden Sie persönlich die folgenden Formate, wenn Unternehmen diese nutzen, um nicht rein werbliche Botschaften (Informationen, Unterhaltung, Beratung) mit Ihnen zu teilen? (in %)



■ Interessant ■ Uninteressant ■ Weiß nicht / keine Angabe

Basis: n=960 Befragte (18-34 Jahre) in Deutschland, die zumindest gelegentlich Content wahrnehmen

# Die richtige Botschaft



# Millennials bevorzugen seriösen Content, der Ihnen **Wissen** vermittelt oder einen Informationsmehrwert bietet

Welche Anforderungen haben Sie dabei an Inhalte, die Unternehmen veröffentlichen?  
Diese Inhalte sollen...

- 1 ...mir Wissen vermitteln (43%)
- 2 ...Informationen zu Produkten liefern (42%)
- 3 ...mir Seriosität vermitteln (40%)
- 4 ...mir einen Informationsmehrwert bieten (37%)
- 5 ...mich vom Thema her ansprechen (35%)



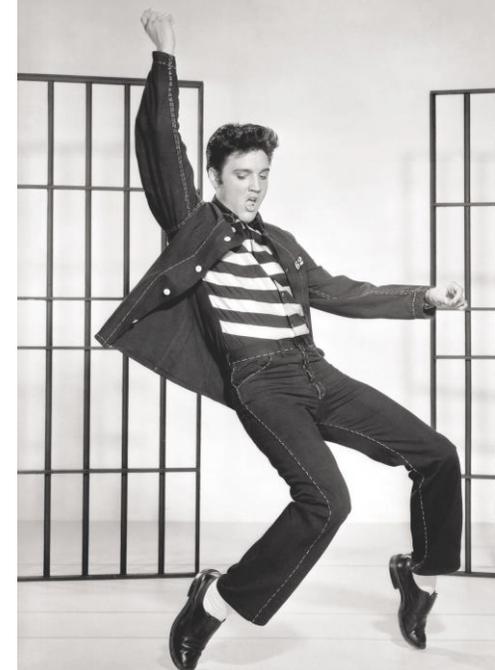


## Doch auch der **emotionale** Wert darf nicht zu kurz kommen

Welche Anforderungen haben Sie an Inhalte, die Unternehmen veröffentlichen?  
Diese Inhalte sollen... (in %)



Sie möchten wissen, welche Anforderungen Ihre Zielgruppe an Content hat? Sprechen Sie uns an!





everything  
is  
connected

# Methodik

Auf Basis des YouGov Omnibus wurden 1.032 Personen zwischen 18 und 34 Jahren (die Zielgruppe der Millennials) zwischen dem 03.05.2019 und dem 08.05.2019 bevölkerungsrepräsentativ befragt.

Weiterführende Analysen und ein tieferer Blick in diese Zielgruppe ist mit unserem verknüpften Datenpool jederzeit möglich. Sprechen Sie uns an!

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Alle unsere Lösungen basieren auf unserer partizipativen Online-Community, in der weltweit mehr als 7 Millionen Menschen ihre Meinung mit uns teilen. Diese Meinungen aggregieren wir in unserem verknüpften Datenpool, dem YouGov Cube, auf den unsere Kunden über Online-Dashboards zugreifen können. Wir können praktisch jede Zielgruppe erreichen und zuverlässige, qualitativ hochwertige Daten und Insights generieren, die Antworten auf Ihre Fragestellungen und Herausforderungen liefern.

# YouGov® IN ZAHLEN

Mehr als

# 7 MILLIONEN

PANEL-MITGLIEDER WELTWEIT

*ever within*

# 24 MILLIONEN

*connected*

ABGESCHLOSSENE UMFRAGEN IM LETZTEN JAHR

# >42000

PRESSENENNUNGEN IM  
LETZTEN JAHR

# >2000

KUNDENBEZIEHUNGEN IM  
LETZTEN JAHR

Gegründet in 2000

# 35

YOUGOV  
STANDORTE  
WELTWEIT

# 900

MITARBEITER  
AUF DER  
GANZEN WELT

# 42

YOUGOV -  
PANELS  
WELTWEIT

Eines der  
Top 10

Marktforschungs-  
netzwerke  
weltweit

# Kontakt YouGov



Bild: © Markus Bollen



**Petra Sluiter**  
Head of Data Services Germany

T +49 221 42061 - 366  
omnibus@yougov.de



**Miriam Fischlein**  
Marketing Manager

T +49 69 173200 - 473  
Miriam.Fischlein@yougov.com