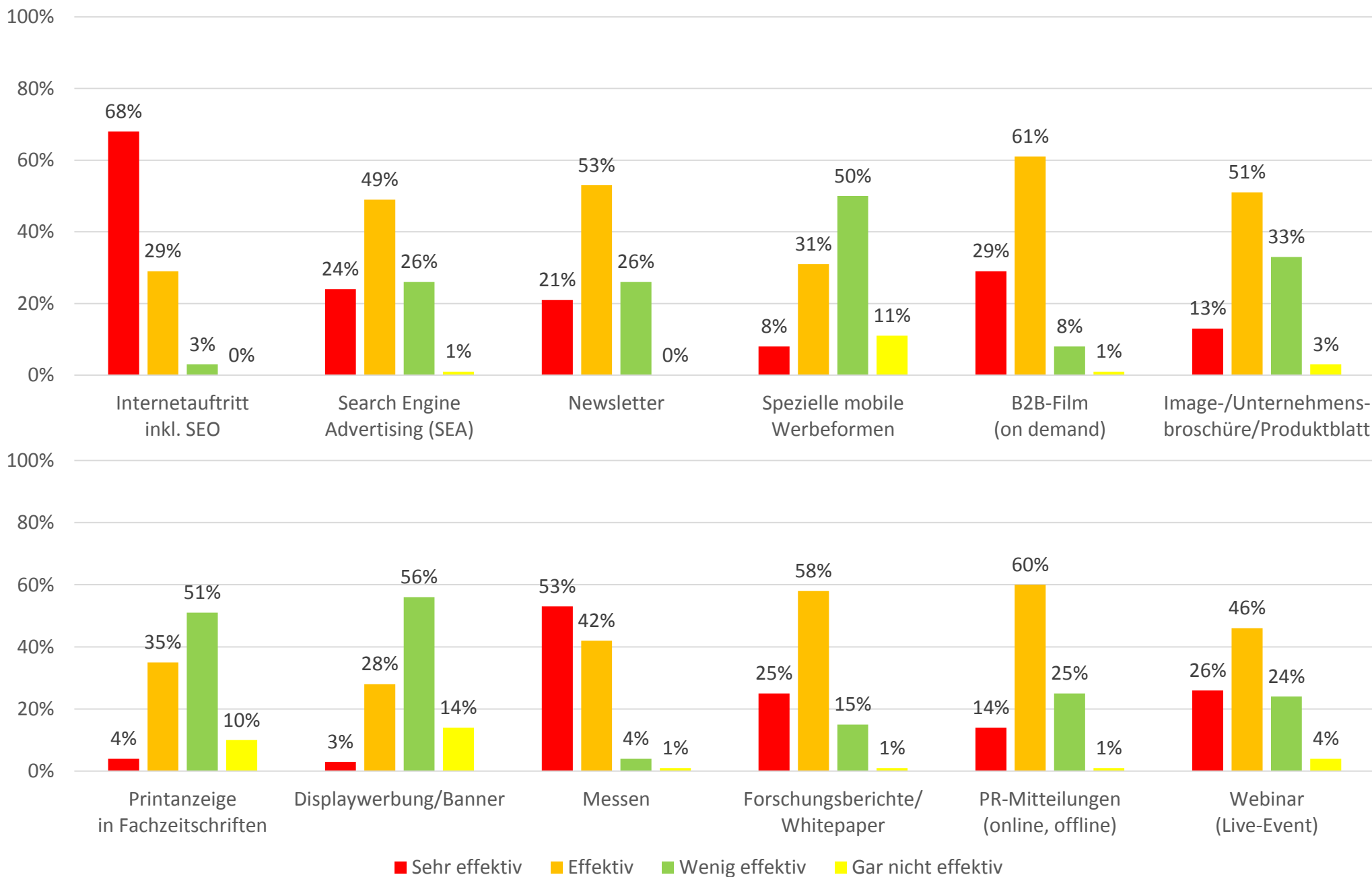


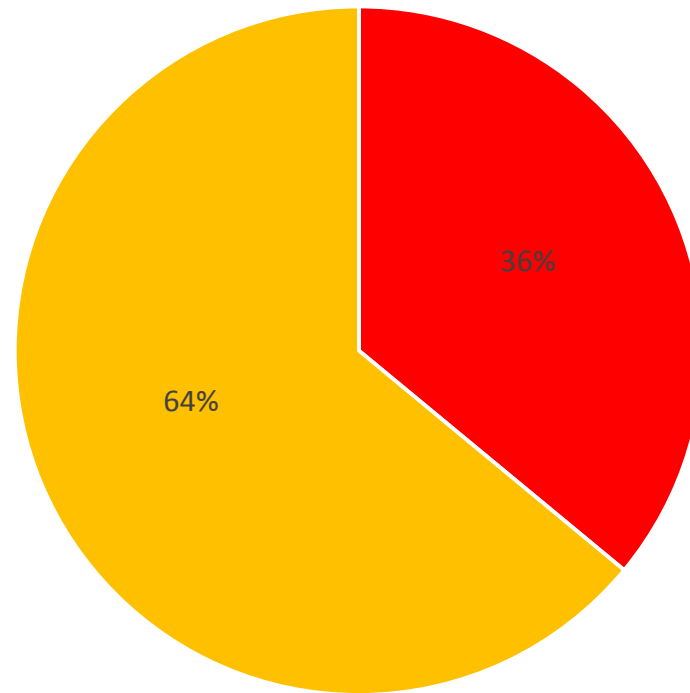
Management Summary

Wirksamkeit und Nutzung
von Videos im B2B-Marketing

1. Wie schätzen Sie die Effizienz folgender Marketing-Instrumente für Unternehmen ein?

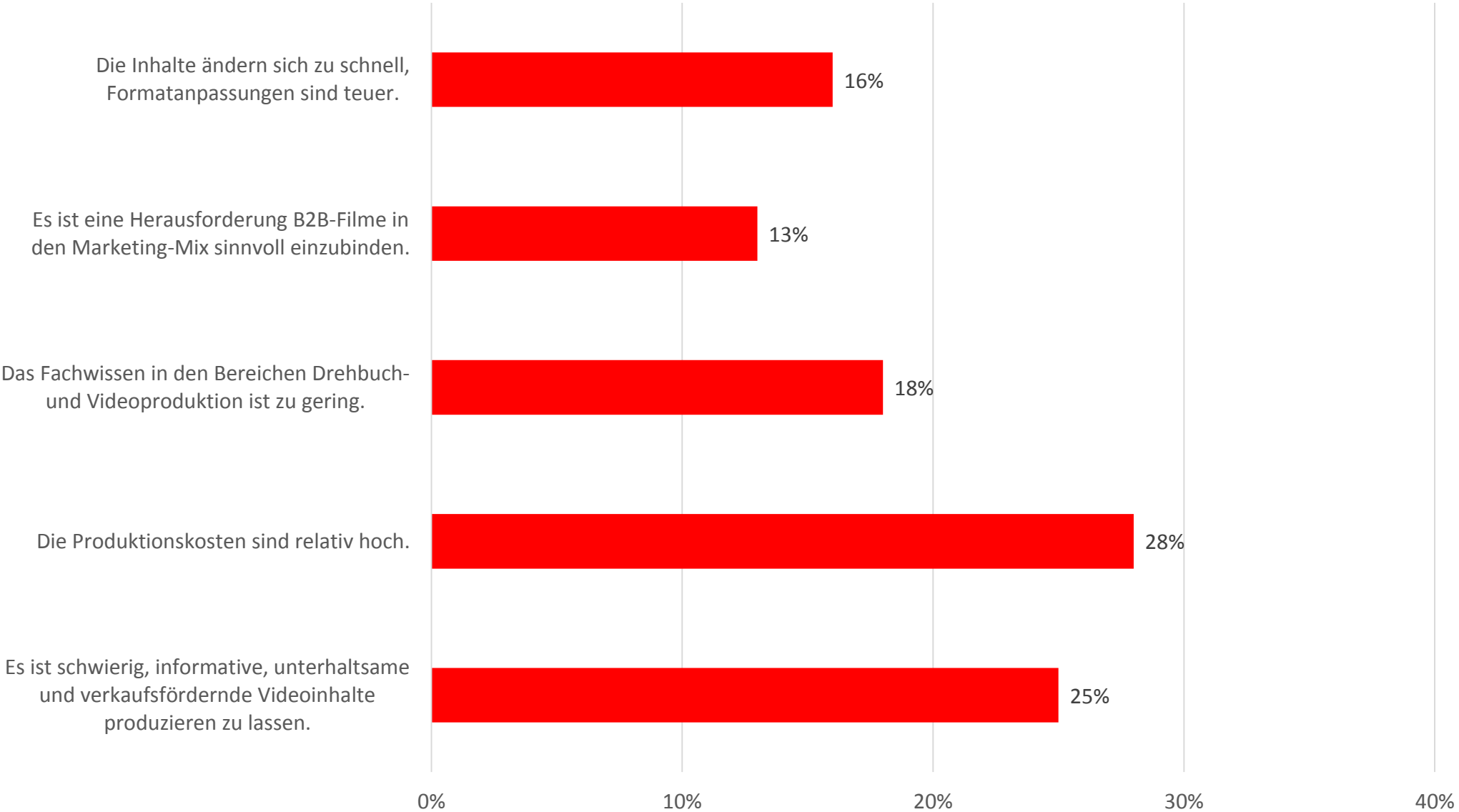


2. Wie schätzen Sie Video im Vergleich zu anderen Marketing-Instrumenten ein?

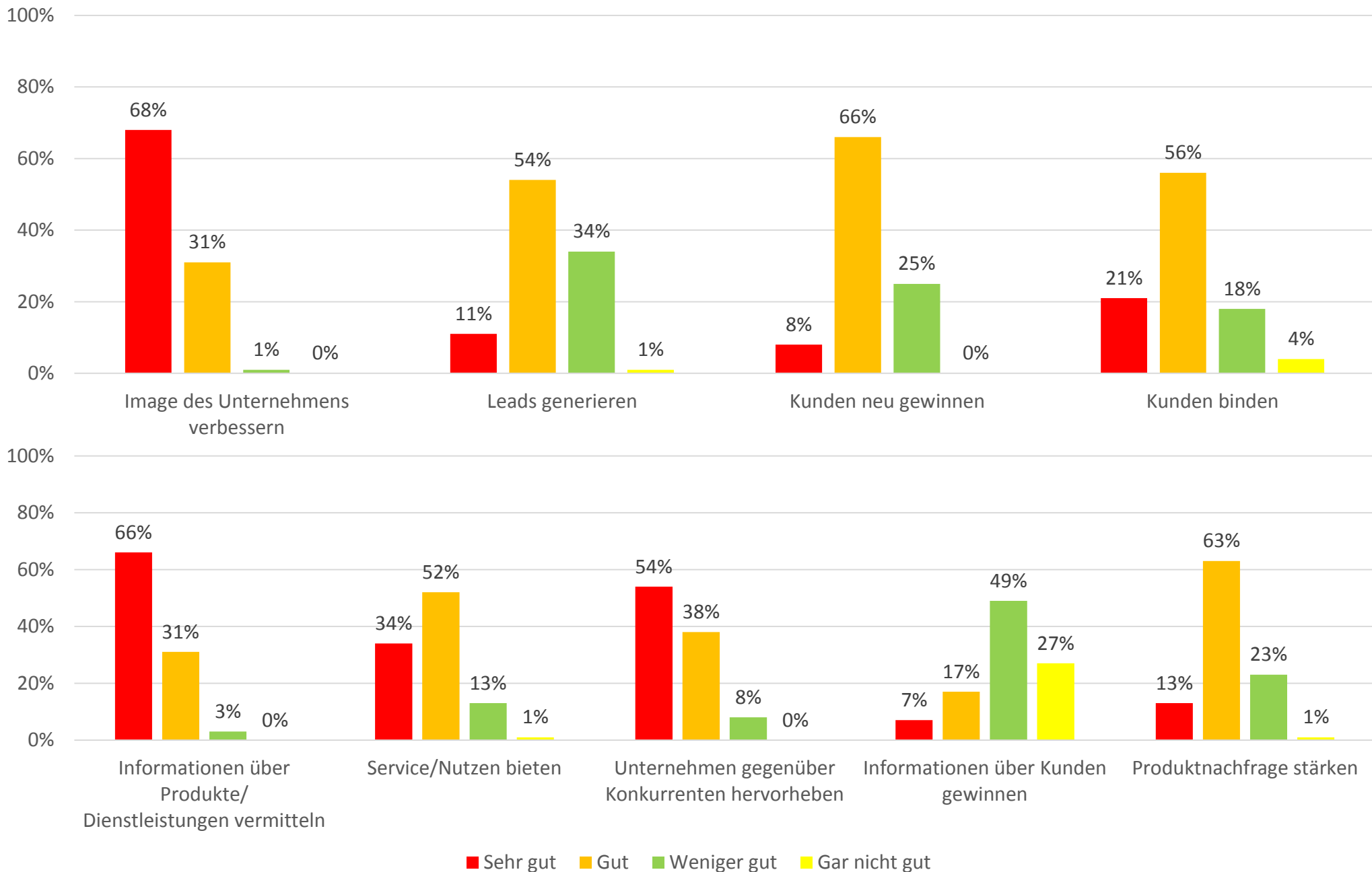


■ Nice-to-have ■ Must-have

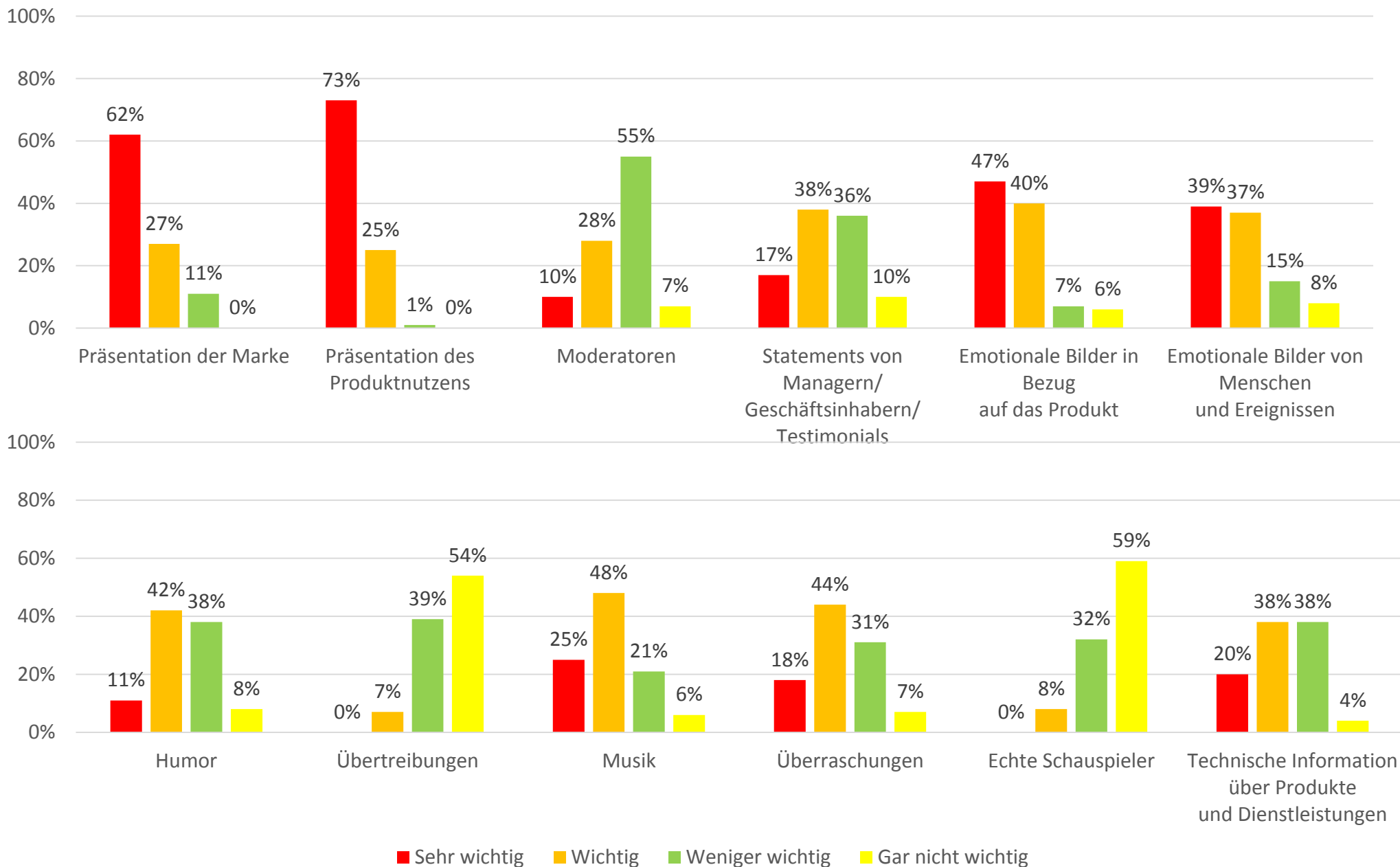
3. Welche drei Argumente sprechen aus Ihrer Sicht am häufigsten gegen den Video-Einsatz im B2B-Marketing?



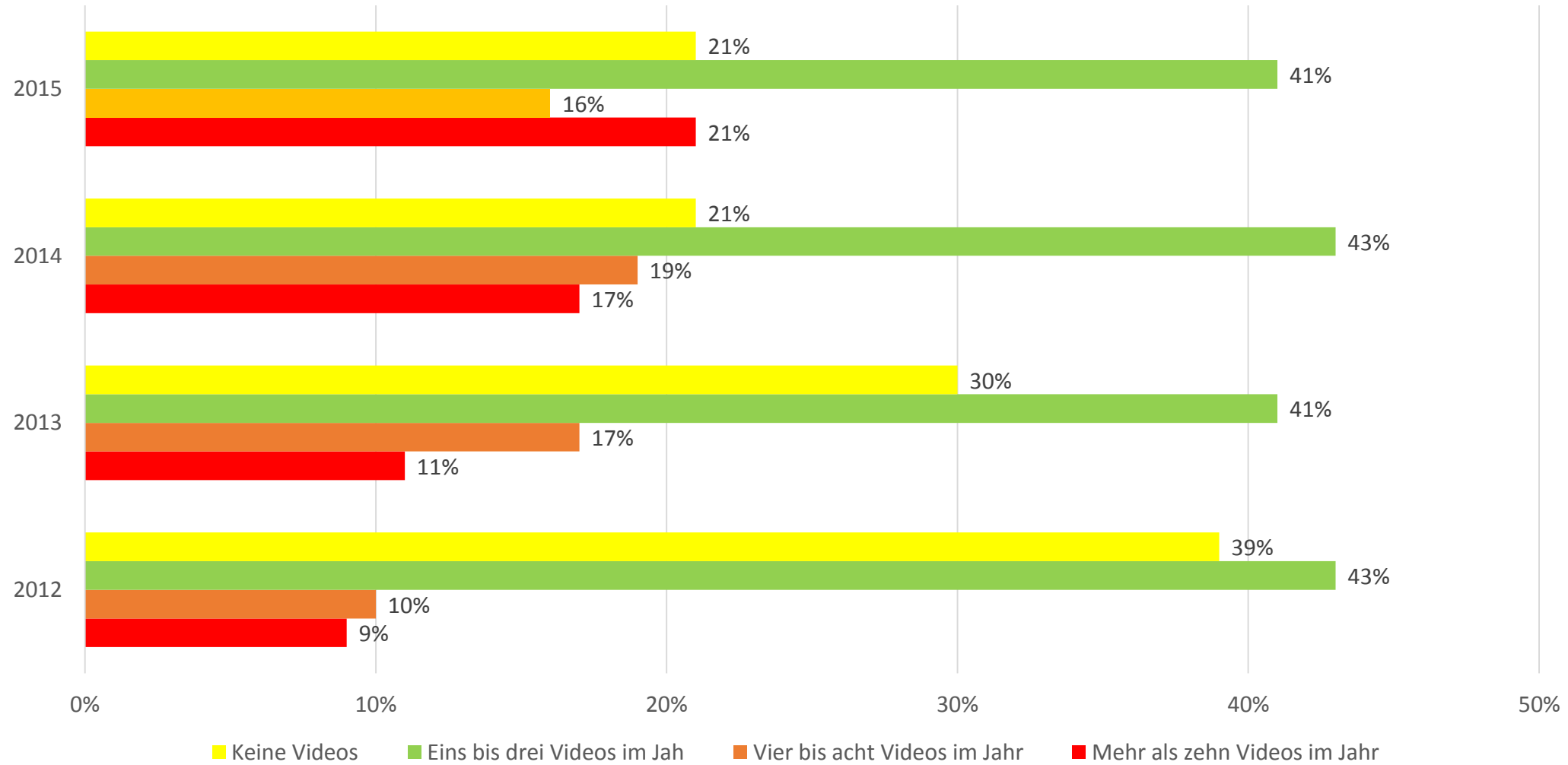
4. Wie gut können folgende Ziele mit B2B-Filmen erreicht werden?



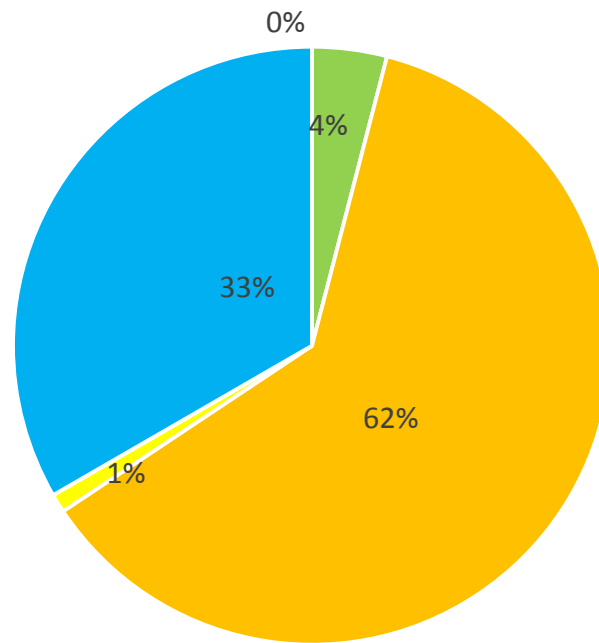
5. Wie wichtig sind für Sie folgende marketingspezifische, redaktionelle und künstlerische Elemente im Film?



6. Wie viele Videos lassen bzw. ließen Sie für Promotionszwecke produzieren?

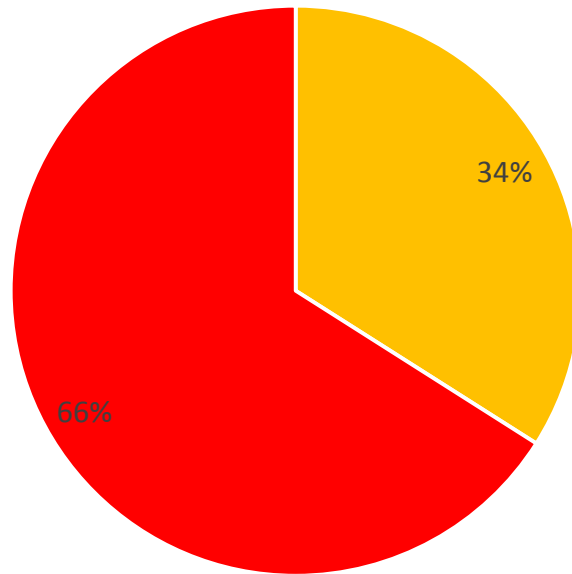


7. Welche Filmlänge bevorzugen Sie?



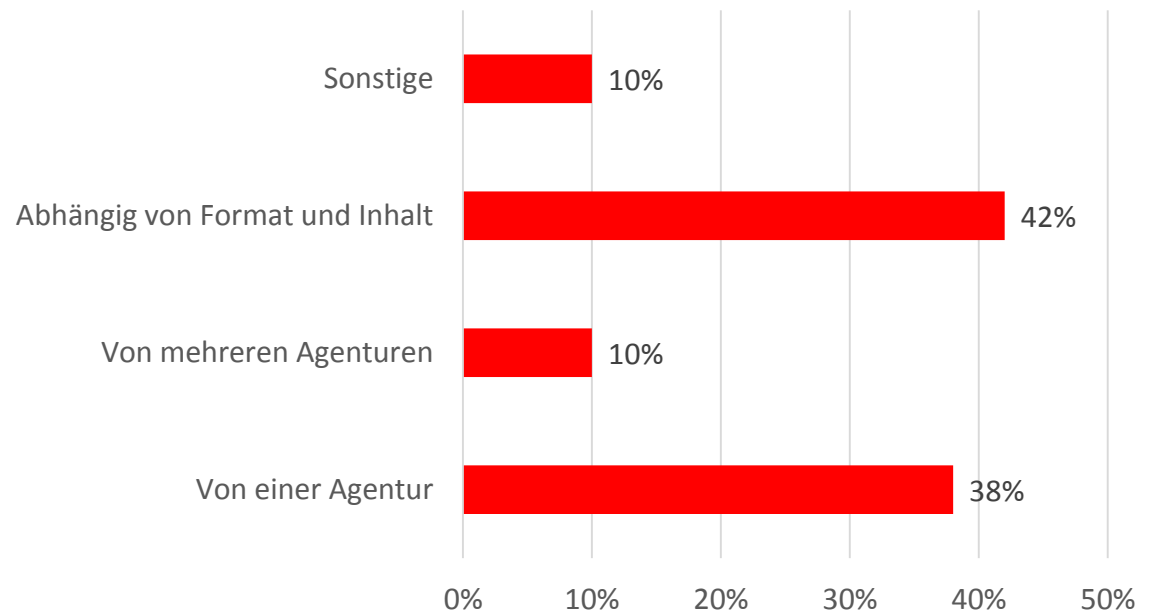
- Länger als zehn Minuten
- Zwischen vier und acht Minuten
- Eine bis drei Minuten
- Weniger als eine Minute

8. Von wem lassen Sie Ihre Filme produzieren?

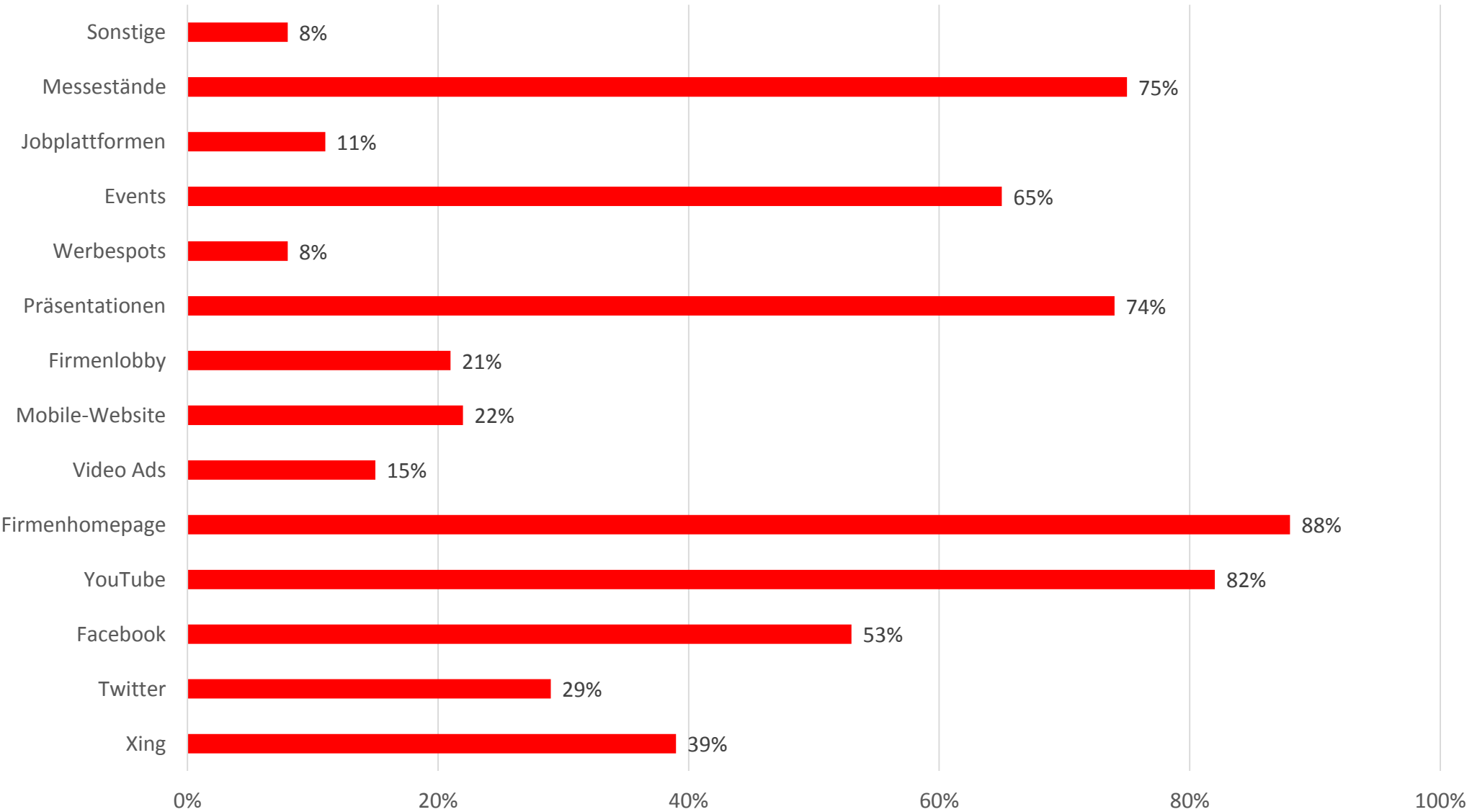


■ Intern ■ Extern

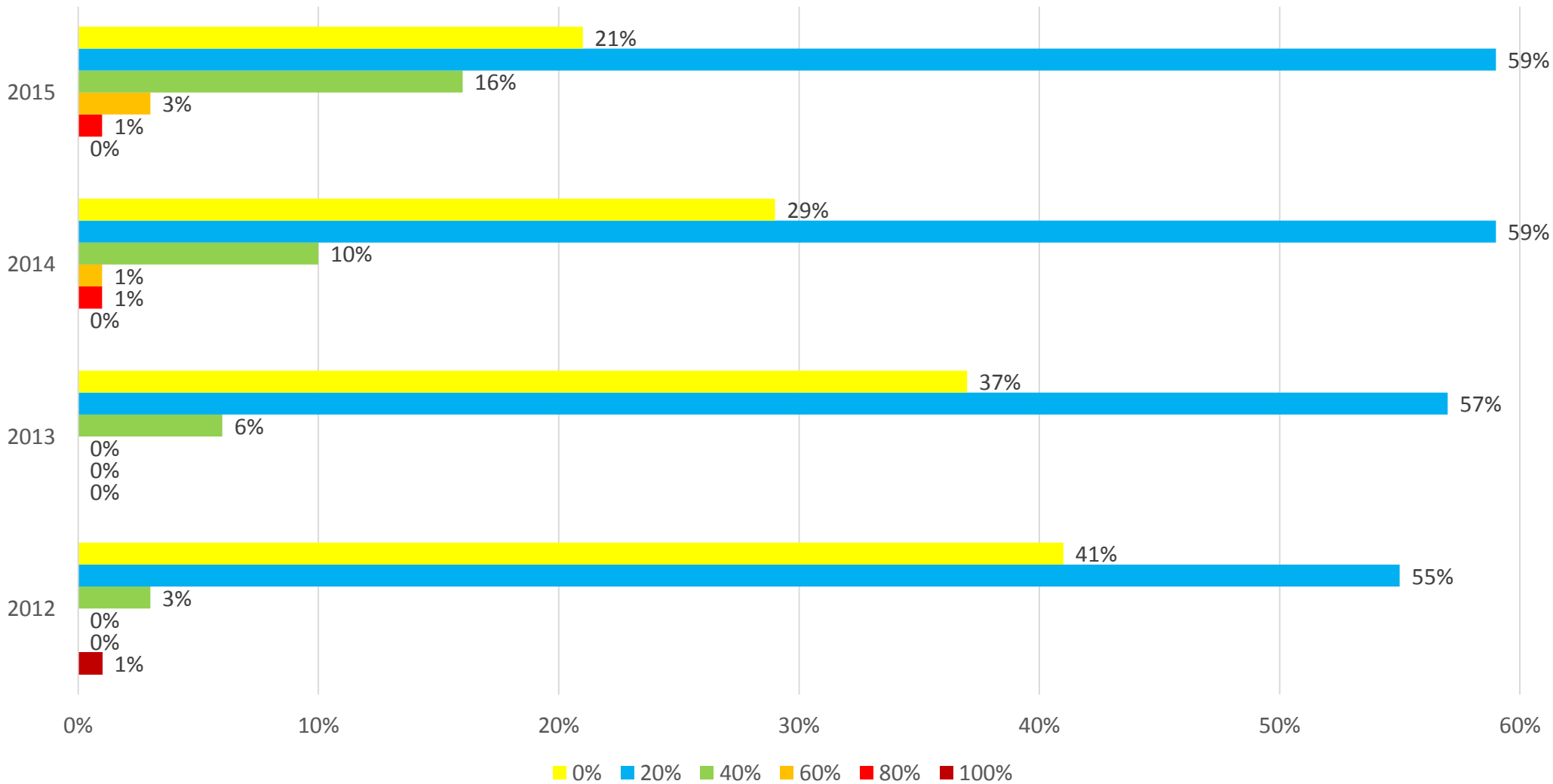
8.1 Wie lassen Sie Ihre Filme produzieren?



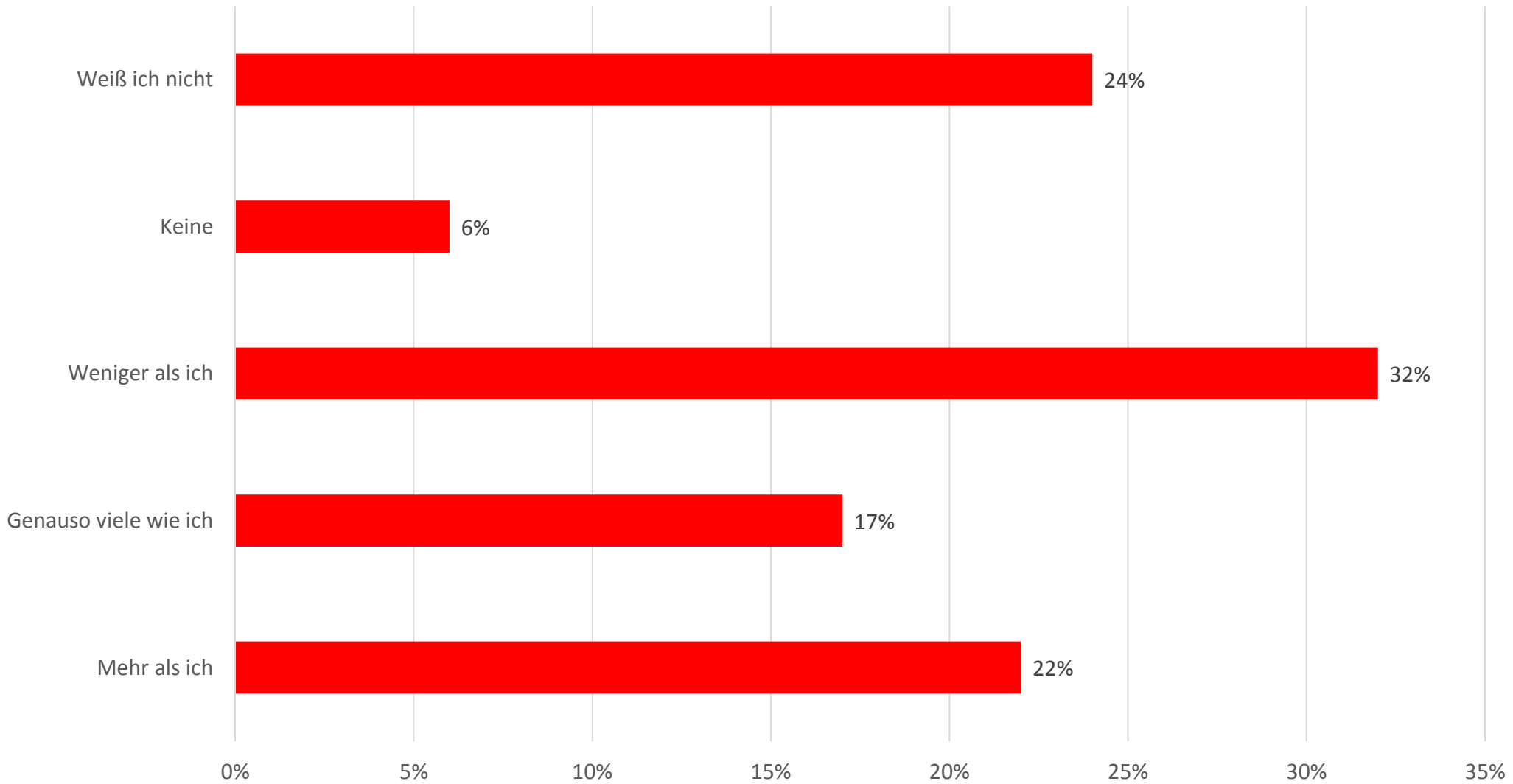
9. Wo setzen Sie Videos im B2B-Marketing ein?



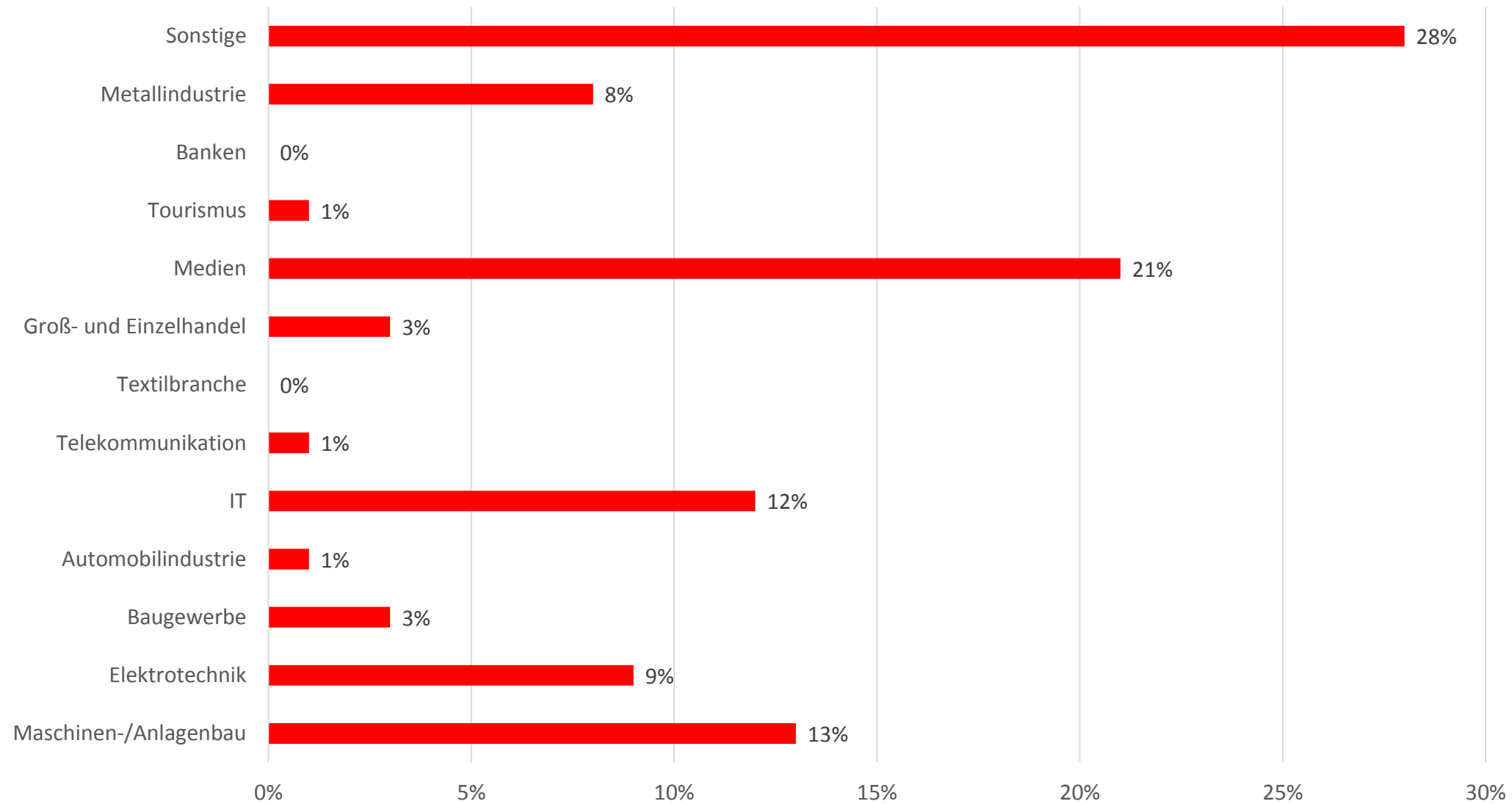
10. Wie viel Ihres gesamten Marketingbudgets fließt/floss geschätzt in Ihre B2B-Video-Produktion und Distribution ein?



11. In wie weit setzen Ihre Wettbewerber Videos im B2B-Marketing ein?



12. Welcher Branche ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?



13. Wie viele Mitarbeiter werden in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

