

Ergebnisse der Online-Marktforschung Wirksamkeit und Nutzung von Videos im B2B-Marketing

Durch den Schwerpunkt Betriebswirtschaft der
Medien im Sommersemester 2014

Leitung: Prof. Dr. Thilo Büsching

Management Summary

Studierende des Schwerpunktes Betriebswirtschaft der Medien von der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt führten eine Online-Marktforschung zu dem Thema „**Wirksamkeit und Nutzung von Videos im B2B-Marketing**“ durch.

Ziel: Untersuchung der Wirksamkeit und Nutzung von Videos
im B2B-Marketing

Zielgruppe: Marketingmanager aus der B2B-Branche

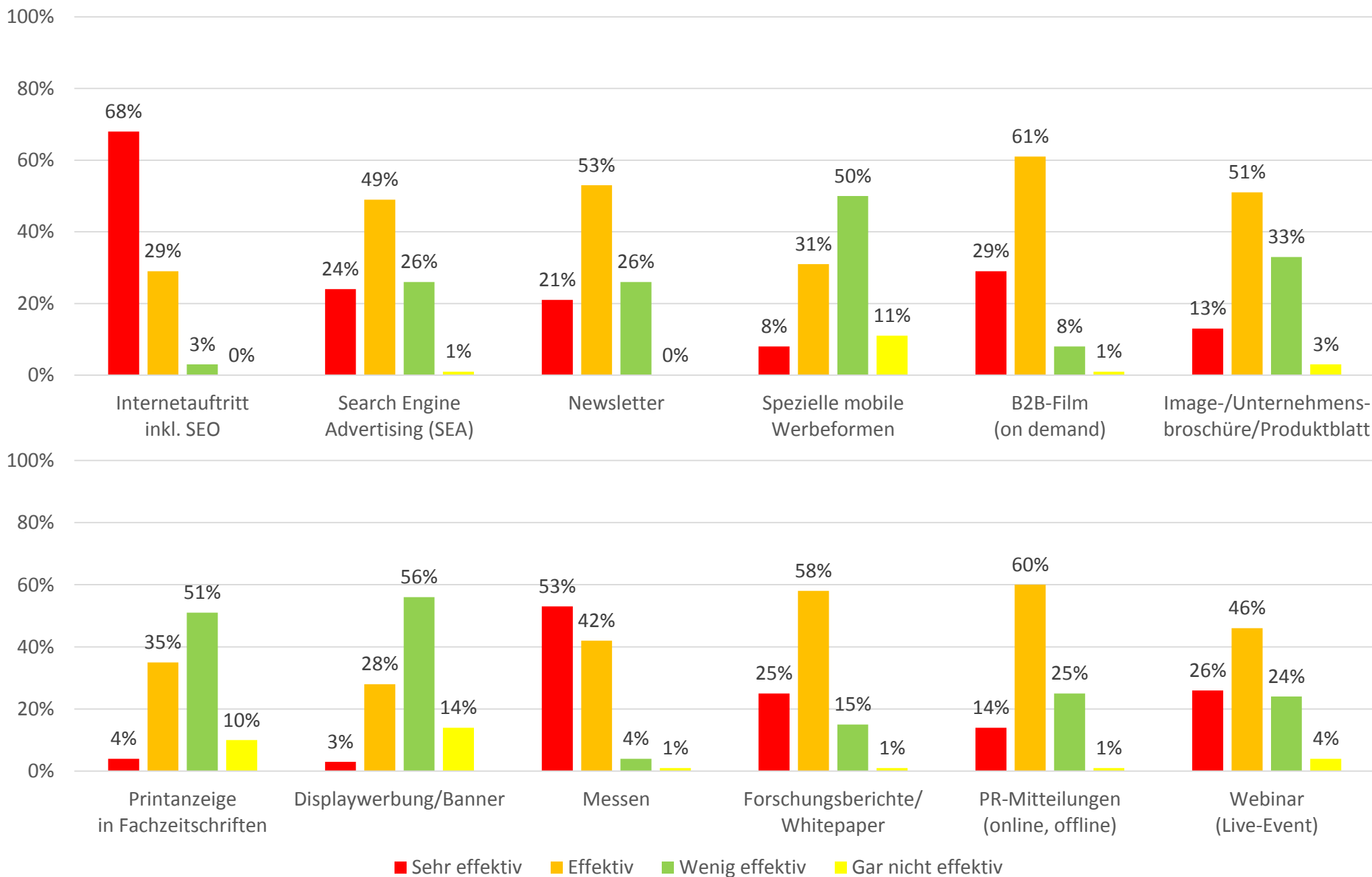
Zeitraum: 15.04. – 30.06.2014

Anzahl Teilnehmer: 70 Teilnehmer

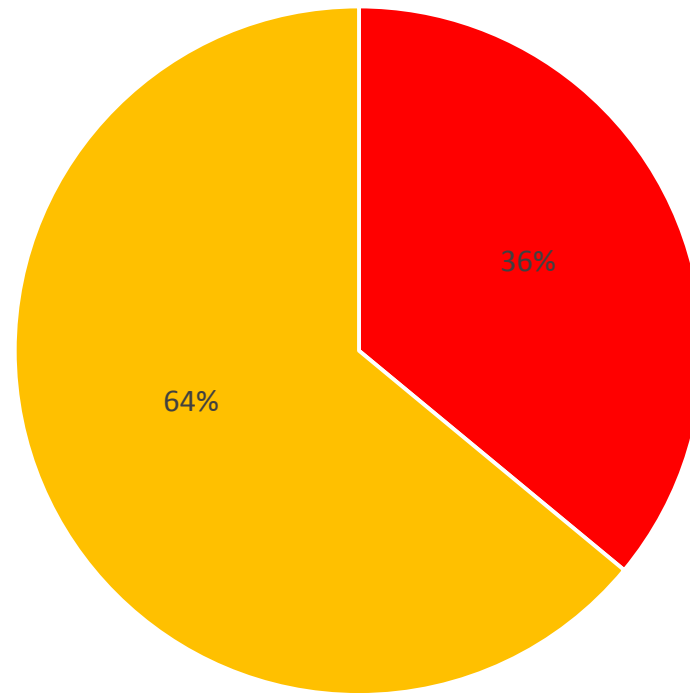
Key Facts:

- **64 Prozent** sehen Videos im B2B-Marketing Mix als „**must-have**“
- Über **90 Prozent** sagen, dass Videos das **Image verbessern** können
- Über **85 Prozent** würden Videos auf der **Firmenhomepage einsetzen**
- **Bevorzugte Filmlänge** bei Corporate Videos: **1-3 Minuten**

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

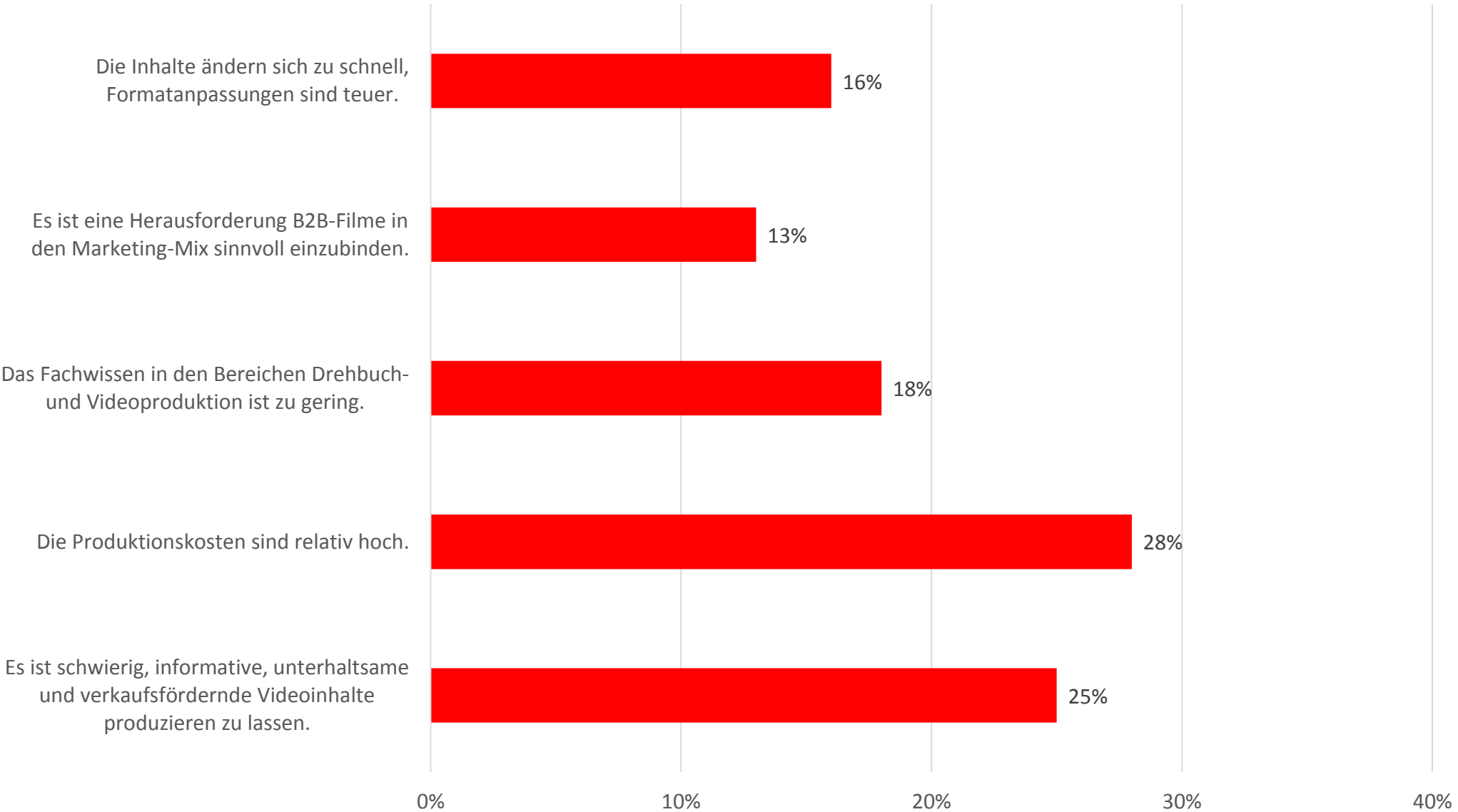


2. Wie schätzen Sie Video im Vergleich zu anderen Marketing-Instrumenten ein?

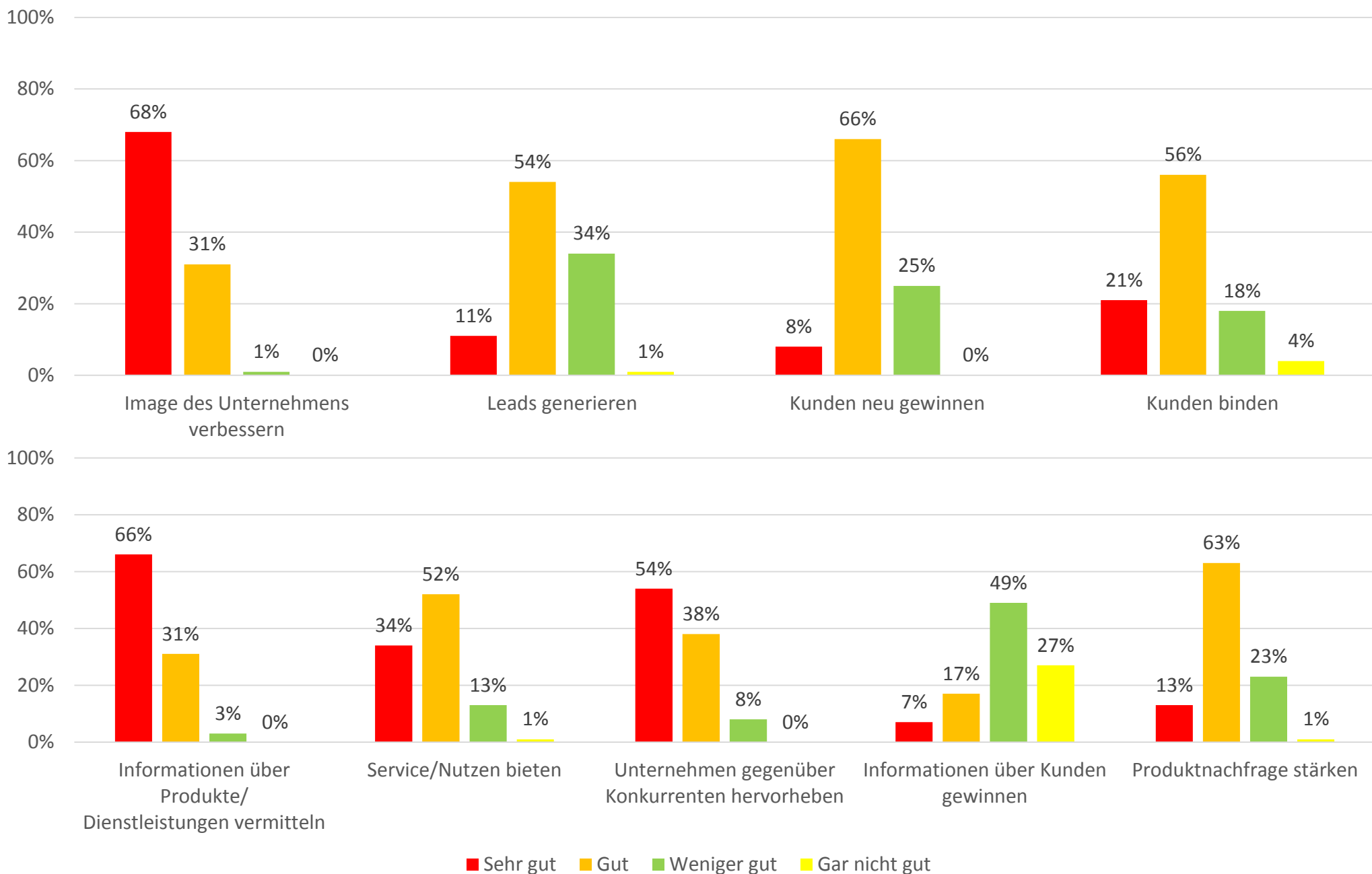


■ Nice-to-have ■ Must-have

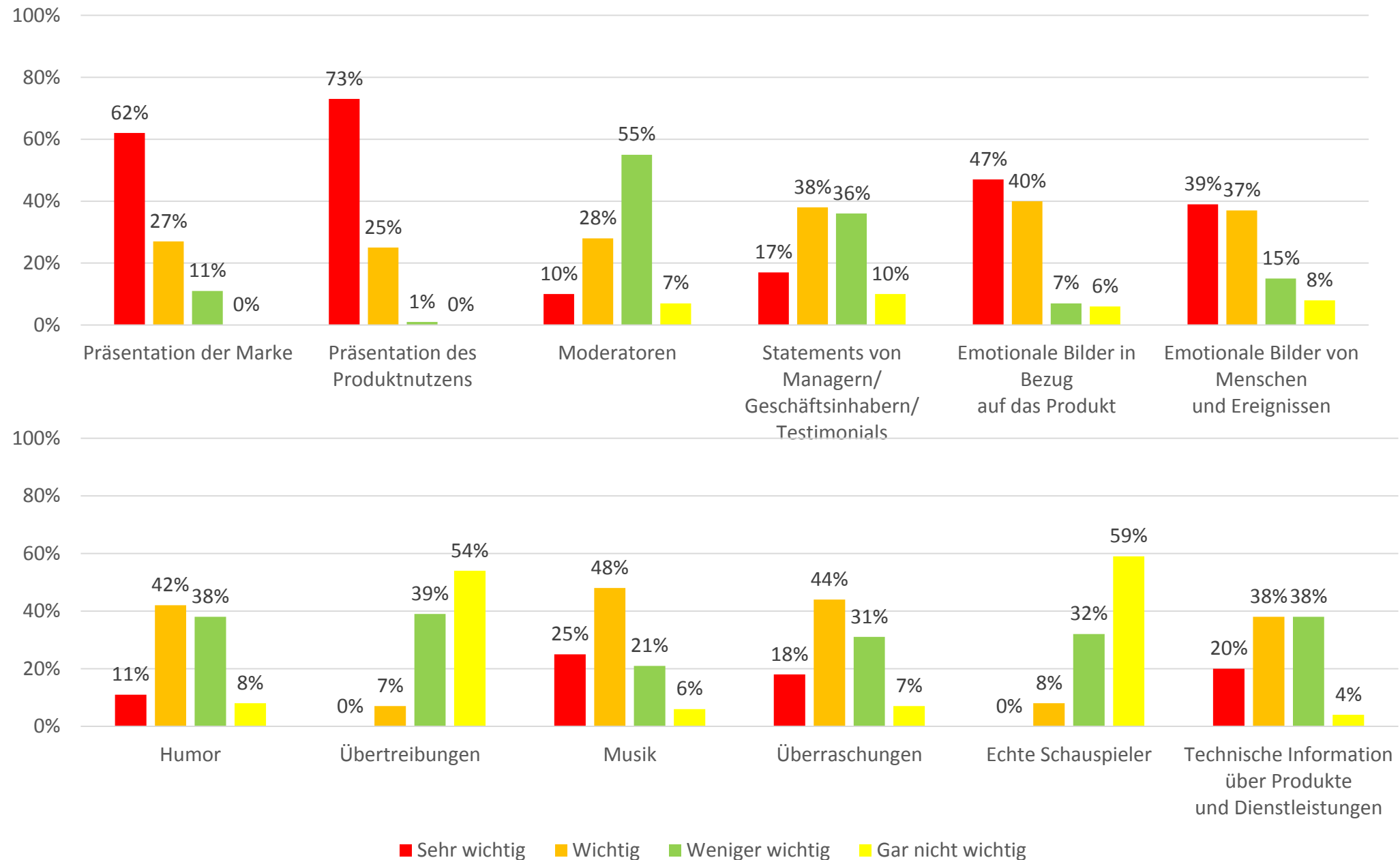
3. Welche drei Argumente sprechen aus Ihrer Sicht am häufigsten gegen den Video-Einsatz im B2B-Marketing?



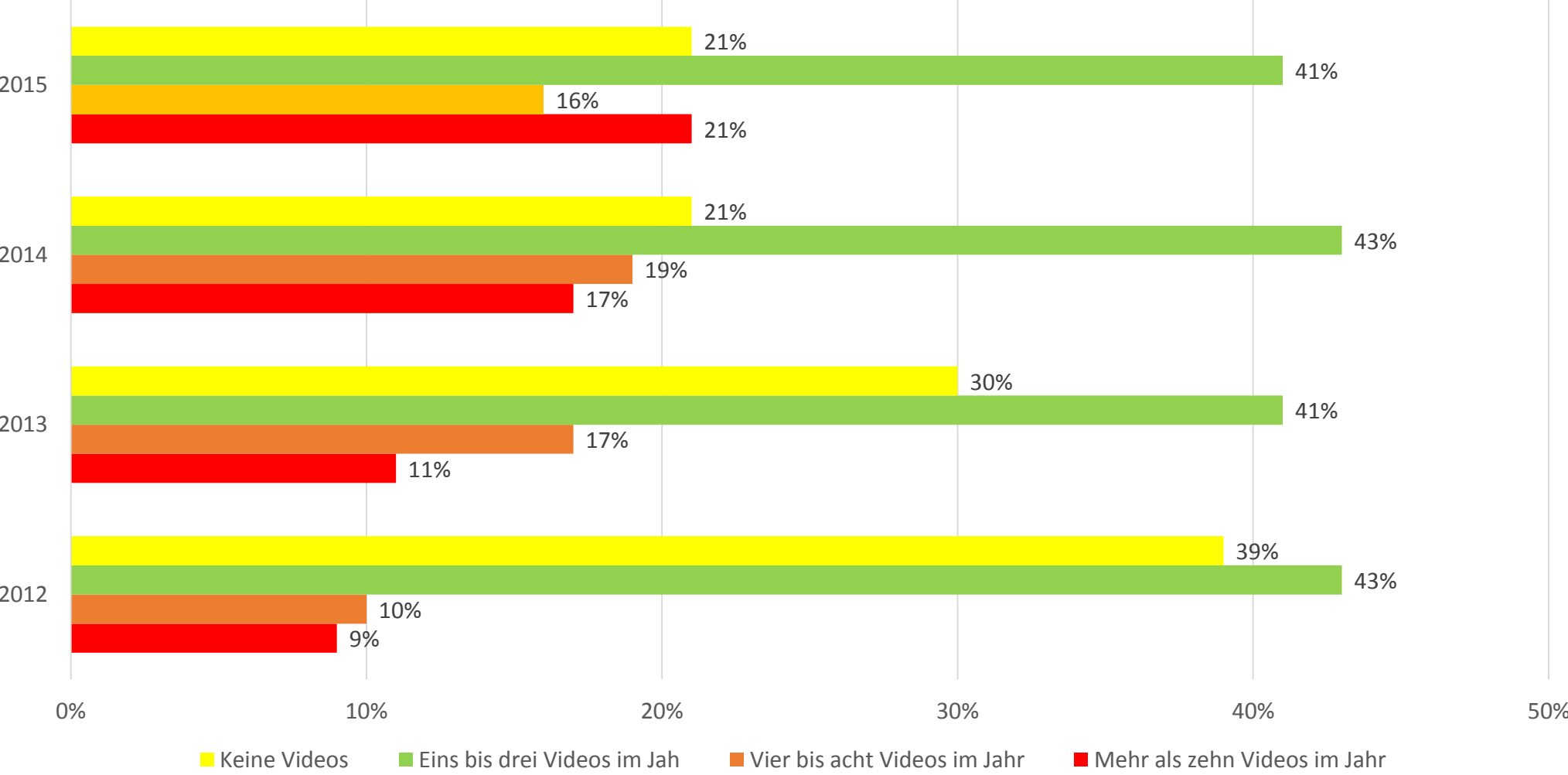
4. Wie gut können folgende Ziele mit B2B-Filmen erreicht werden?



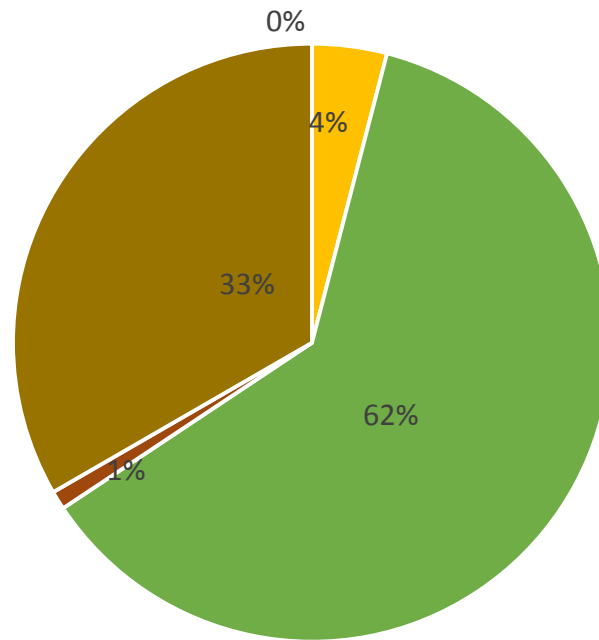
5. Wie wichtig sind für Sie folgende marketingspezifische, redaktionelle und künstlerische Elemente im Film?



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



7. Welche Filmlänge bevorzugen Sie?



■ Länger als zehn Minuten

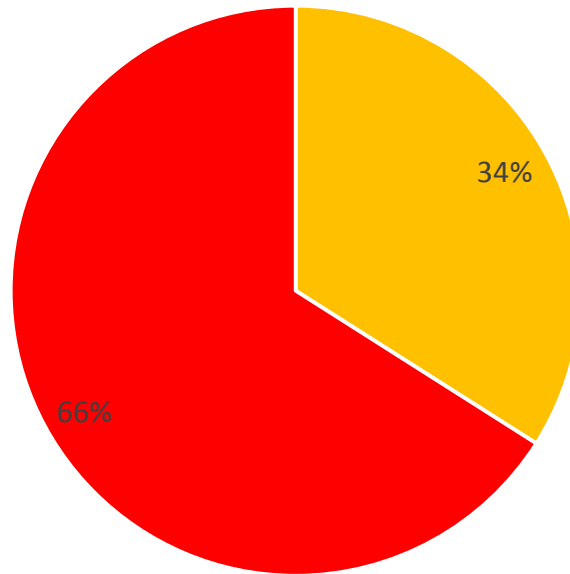
■ Eine bis drei Minuten

■ Abhängig von Format und Inhalt ganz unterschiedlich

■ Zwischen vier und acht Minuten

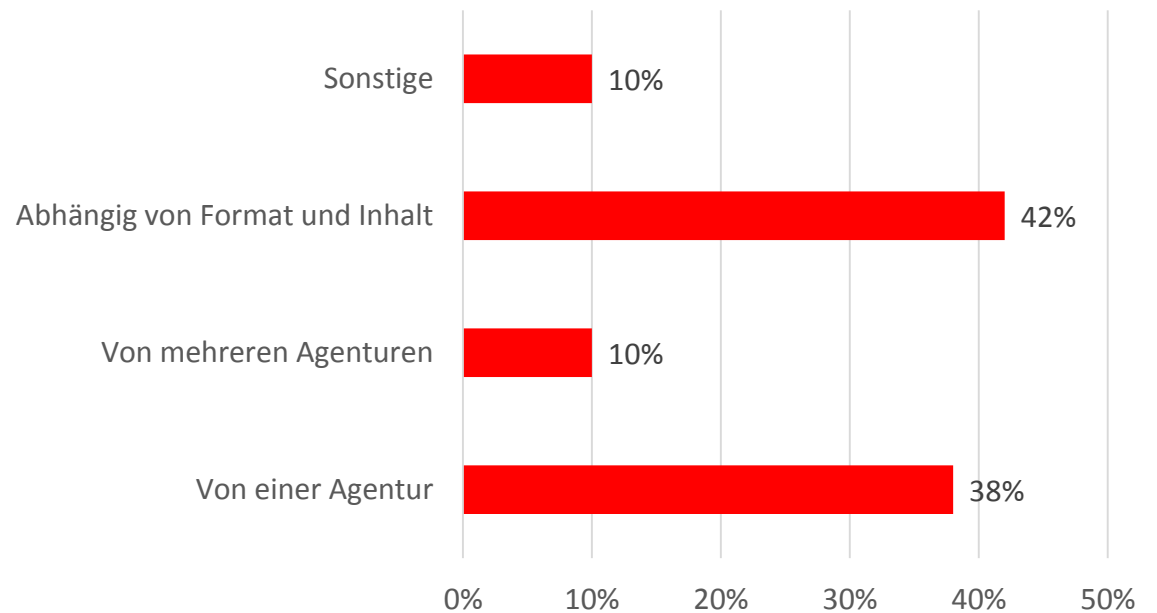
■ Weniger als eine Minute

8. Von wem lassen Sie Ihre Filme produzieren?

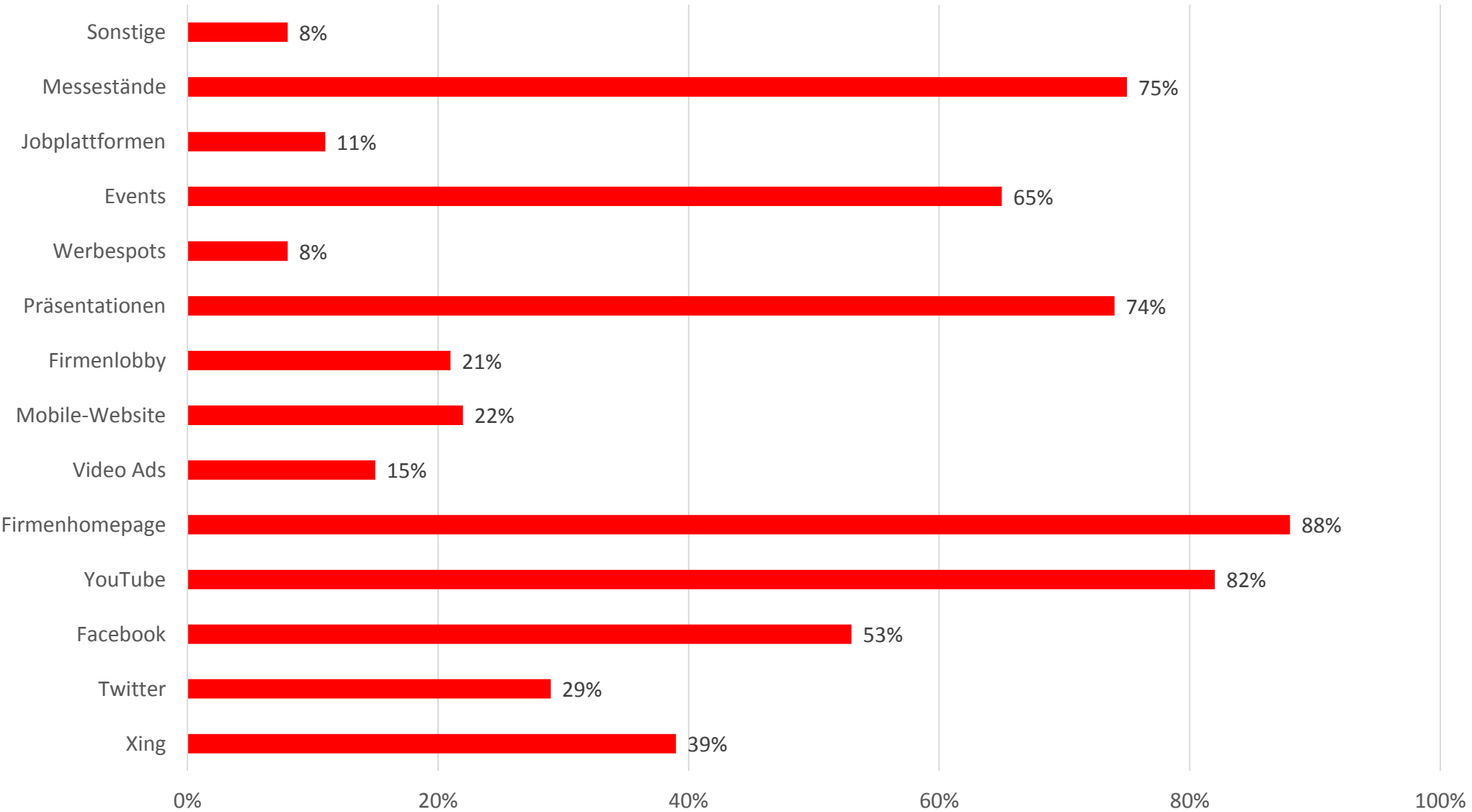


■ Intern ■ Extern

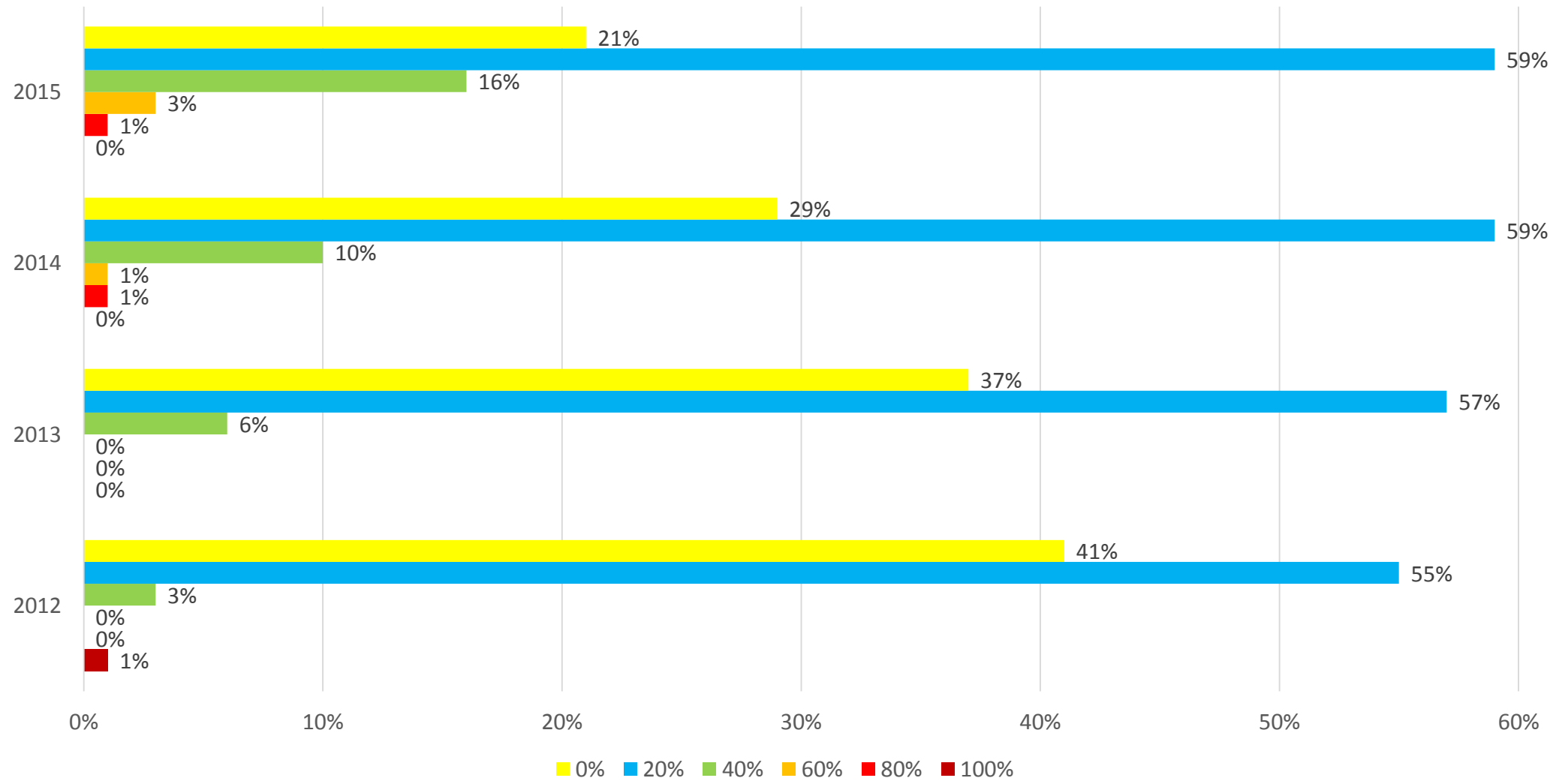
8.1 Wie lassen Sie Ihre Filme produzieren?



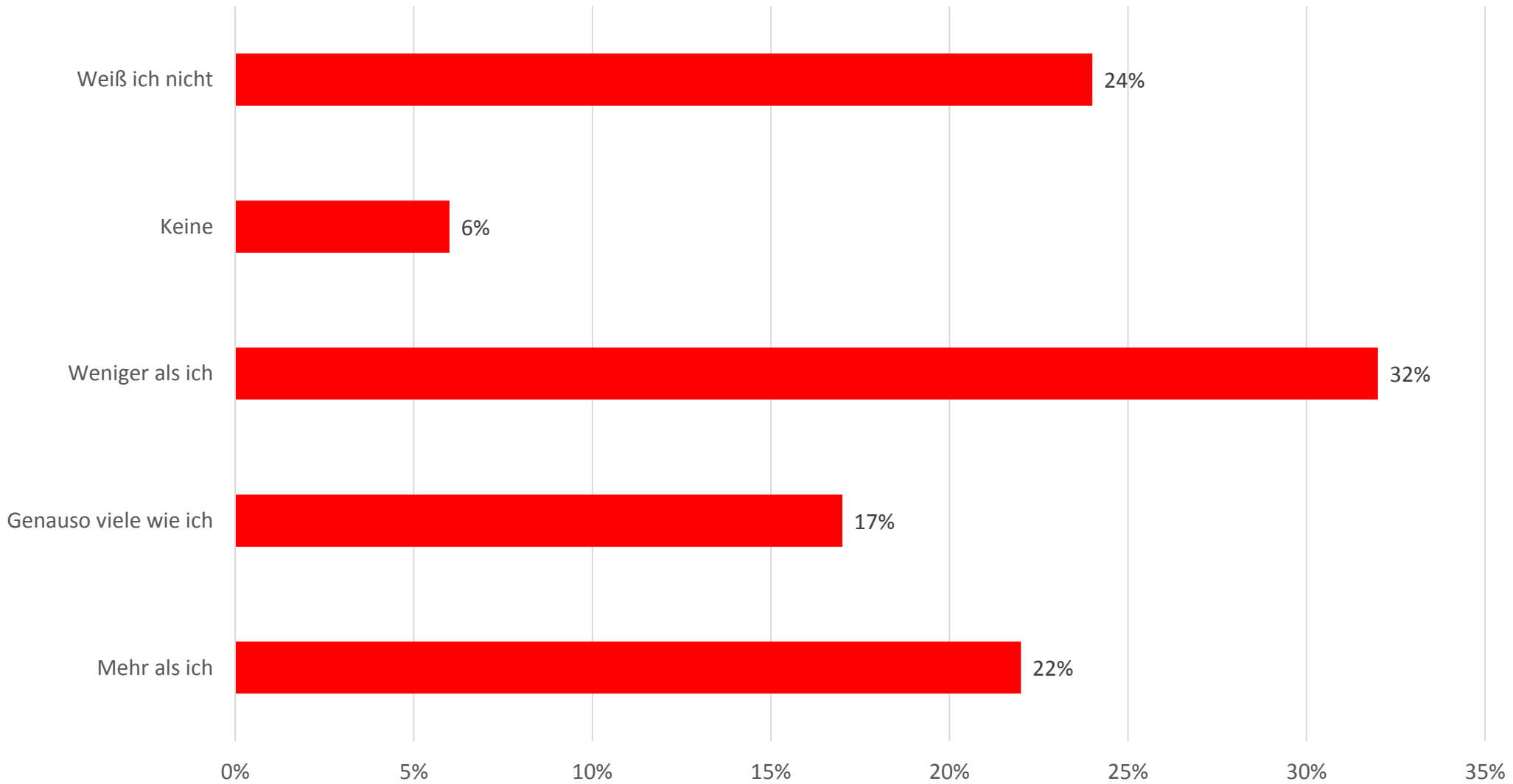
9. Wo setzen Sie Videos im B2B-Marketing ein?



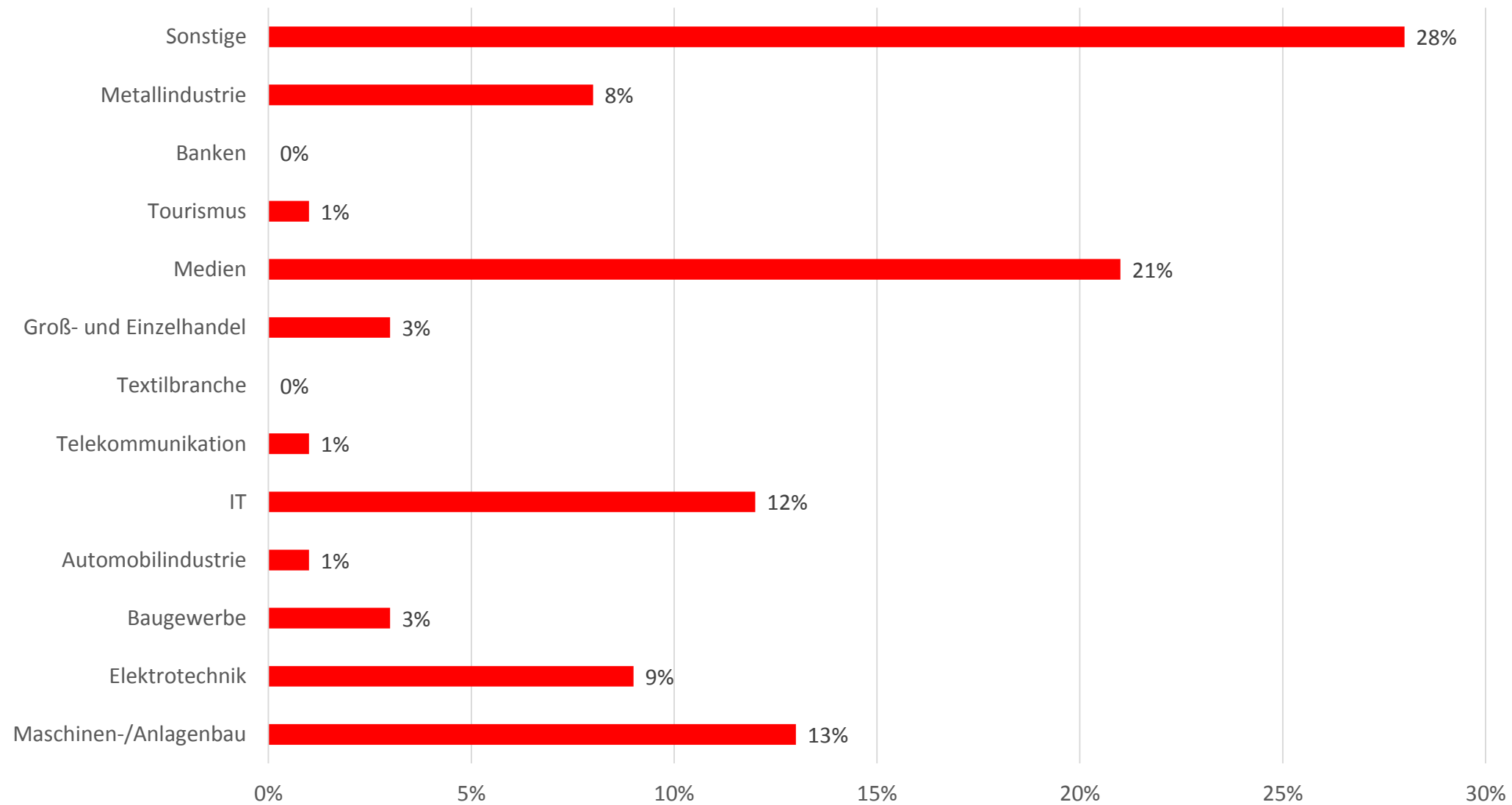
10. Wie viel Ihres gesamten Marketingbudgets fließt/floss geschätzt in Ihre B2B-Video-Produktion und Distribution ein?



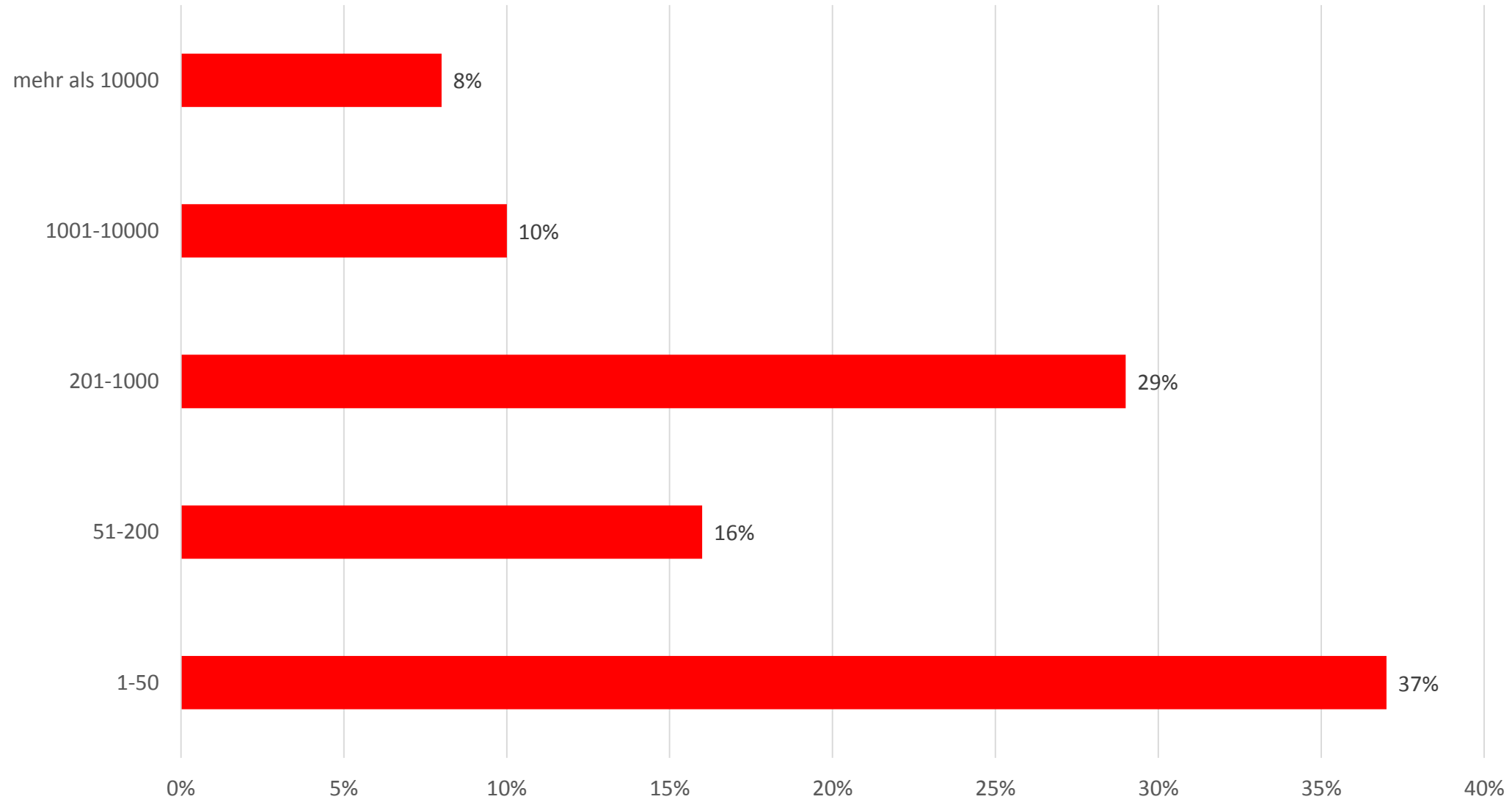
11. In wie weit setzen Ihre Wettbewerber Videos im B2B-Marketing ein?



12. Welcher Branche ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?



13. Wie viele Mitarbeiter werden in Ihrem Unternehmen beschäftigt?



Kontakt

Leiter der studentischen Arbeitsgruppe

Federico Mannstein

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Würzburg-Schweinfurt

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Münzstraße 12

97070 Würzburg

Mail: federico.mannstein@student.fhws.de

Leiter des Studienschwerpunktes

Prof. Dr. Thilo Büsching

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Würzburg-Schweinfurt

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Münzstraße 12

97070 Würzburg

Mail: thilo.buesching@fhws.de

F H | W - S

Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt

Vielen Dank

Autoren:

Adam, Daniel

Bugiel, Sylvia

Büsching, Prof. Dr. Thilo

Kleinlein, Nadine

Mannstein, Federico

Schäffer, Ramona

Schnell, Ines