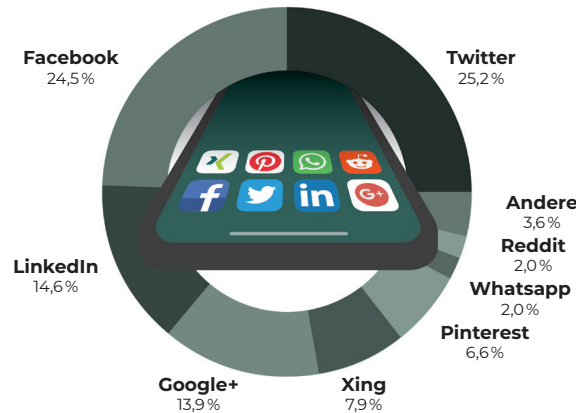


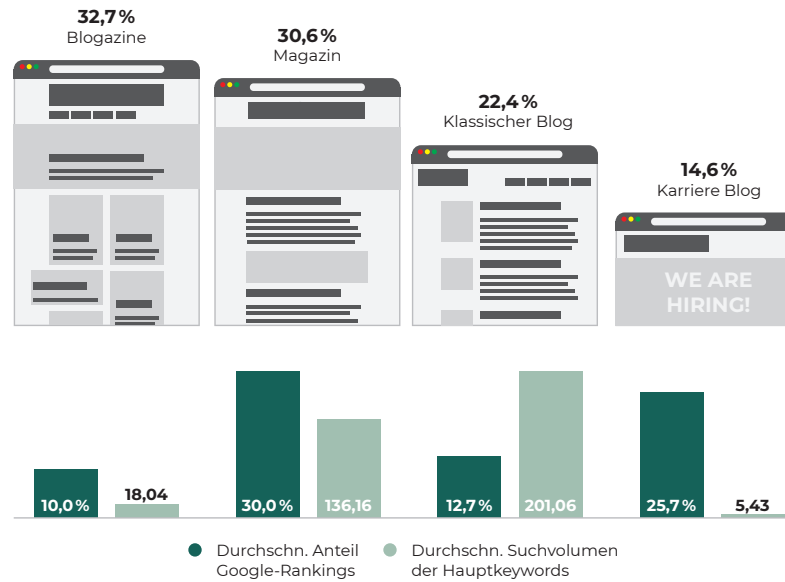
Effizienz-Studie: Content Marketing der DAX 30-Unternehmen

Verwendete Social-Media-Share-Buttons auf Corporate Blogs



Twitter und Facebook sind die beliebtesten Social-Media-Plattformen, auf denen User Blog-Inhalte teilen können. B2B-Formate setzen zusätzlich auf Business-Plattformen wie LinkedIn und Google+. Xing wird hingegen wenig genutzt.

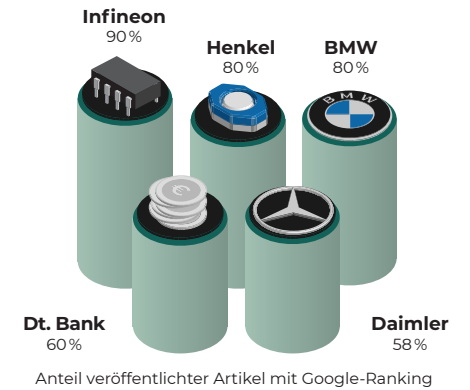
Beliebteste Formate für Corporate Blogs



Das klassische Blog-Format findet sich bei den untersuchten Unternehmen fast nur noch in Form von Karriere-Blogs. Meist werden optisch ansprechendere Online-Magazine

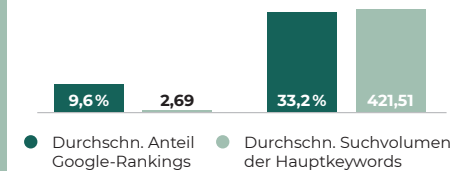
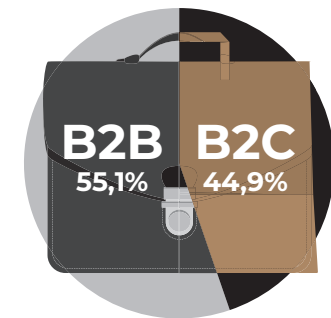
oder Blogazines zur Kommunikation genutzt. Magazine ranken dabei am erfolgreichsten. Bei allen Formaten zeigt sich allerdings der Trend zu Keywords mit geringem Suchvolumen.

Die Top 5



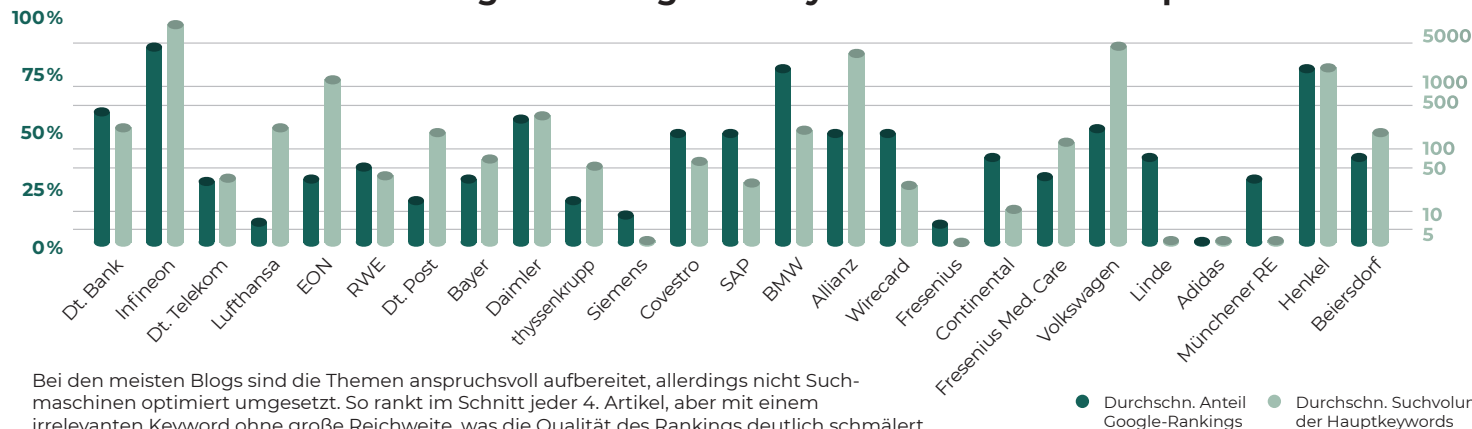
Die erfolgreichsten Corporate Blogs sind B2C Blogs. Sie unterscheiden sich allerdings deutlich in der Rankingqualität.

Anteile B2B/B2C Blogs



Der Fokus der DAX-Unternehmen liegt auf B2B Blogs, die kaum mit relevanten Keywords arbeiten. B2C Blogs orientieren sich eher an den User-Bedürfnissen, was sich auch im Ranking zeigt.

Durchschnittliches Google Ranking und Keyword-Suchvolumen pro Unternehmen



Bei den meisten Blogs sind die Themen anspruchsvoll aufbereitet, allerdings nicht Suchmaschinen optimiert umgesetzt. So rankt im Schnitt jeder 4. Artikel, aber mit einem irrelevanten Keyword ohne große Reichweite, was die Qualität des Rankings deutlich schmälert.