

zehnvier



# CP-Barometer Herbst 2012

## Corporate Videos

Zürich / München, November 2012

CP-Barometer

Künftige  
Marktsituation CP  
allgemein

Potential von  
Corporate Videos

Nutzung von  
Corporate Videos

Erfolgsfaktoren,  
Best Practices  
und künftige  
Entwicklung

# CP-Barometer

Das CP-Barometer erfasst regelmäßig die Situation des Corporate Publishing im deutschsprachigen Raum und gibt Aufschluss über aktuelle Entwicklungen und Trends.

### **Das CP-Barometer ...**

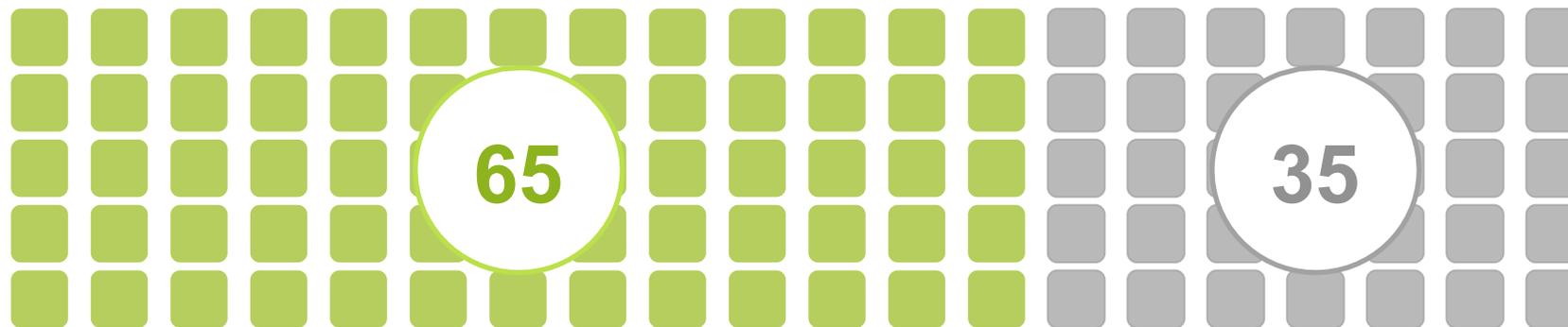
- ... ist das **Branchenbarometer des Corporate Publishing Sektors** im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz)
- ... gibt regelmäßig Auskunft über das **aktuelle Branchenklima und wichtige Entwicklungen**
- ... behandelt in jeder Erhebungsrunde ein **zentrales, aktuelles Thema; aktuell: Corporate Videos**
- ... wird **zweimal jährlich als Onlinebefragung in einem festen Teilnehmerkreis** durchgeführt
- ... umfasst zwei Panels: Verantwortliche für Corporate Publishing in **Unternehmen** und Vertreter von **CP-Dienstleistern** (je rund 50 Teilnehmer; aktuell n = 48 Unternehmen und n = 53 Dienstleister)
- ... wurde im Herbst 2012 zum sechsten Mal durchgeführt, **Erhebungszeitraum: Oktober 2012**
- ... ist ein Instrument des **Europäischen Instituts für Corporate Publishing (EICP)**
- ... wird vom **Marktforschungs- und Strategieberatungsunternehmen zehnvier** durchgeführt

# Künftige Marktsituation CP allgemein

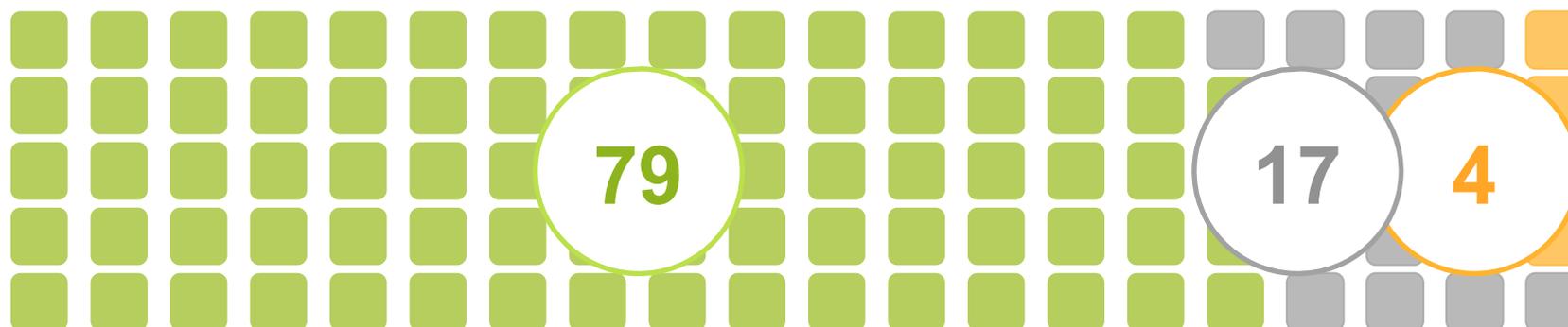
Unternehmen und Dienstleister beurteilen die künftige Marktsituation für das CP positiv.

**Wie beurteilen Sie die Marktsituation für das Corporate Publishing insgesamt in den kommenden sechs Monaten – auch im Vergleich zu anderen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen?**

**Unternehmen**



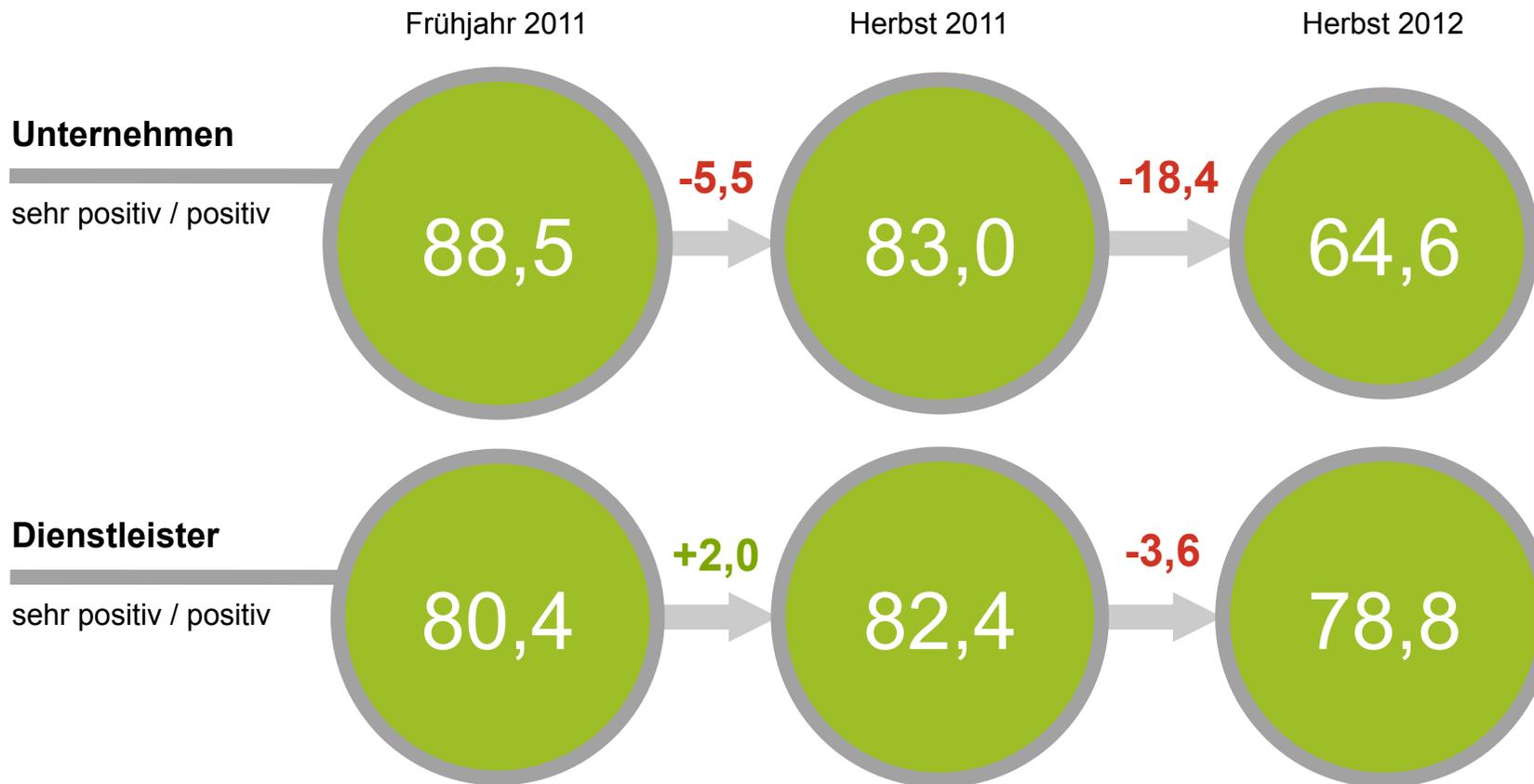
**Dienstleister**



■ (sehr) positiv   ■ mittelmäßig   ■ (sehr) negativ

Die künftige Marktsituation wird allerdings nicht mehr ganz so optimistisch gesehen wie beim letzten Barometer.

**Wie beurteilen Sie die Marktsituation für das Corporate Publishing insgesamt in den kommenden sechs Monaten – auch im Vergleich zu anderen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen?**



# Potential von Corporate Videos



Zwei Drittel der Unternehmensvertreter und drei Viertel der Dienstleister sind überzeugt, dass sich Corporate Videos hervorragend für das CP eignen.

## Corporate Videos eignen sich hervorragend für das CP.

**Unternehmen**

**66,7**

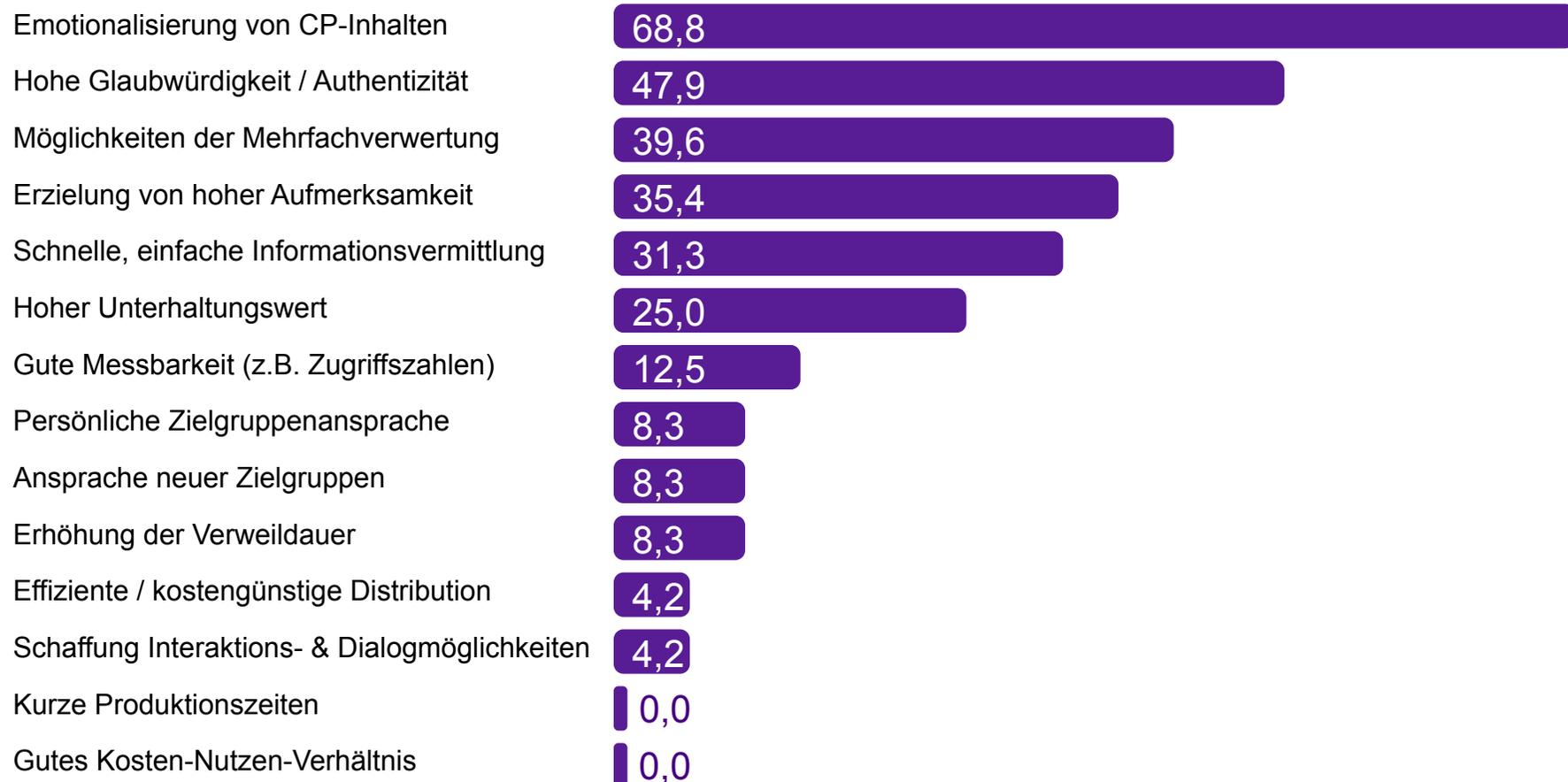
**Dienstleister**

**75,0**

Top 2 Boxes: stimme voll und ganz zu / stimme zu

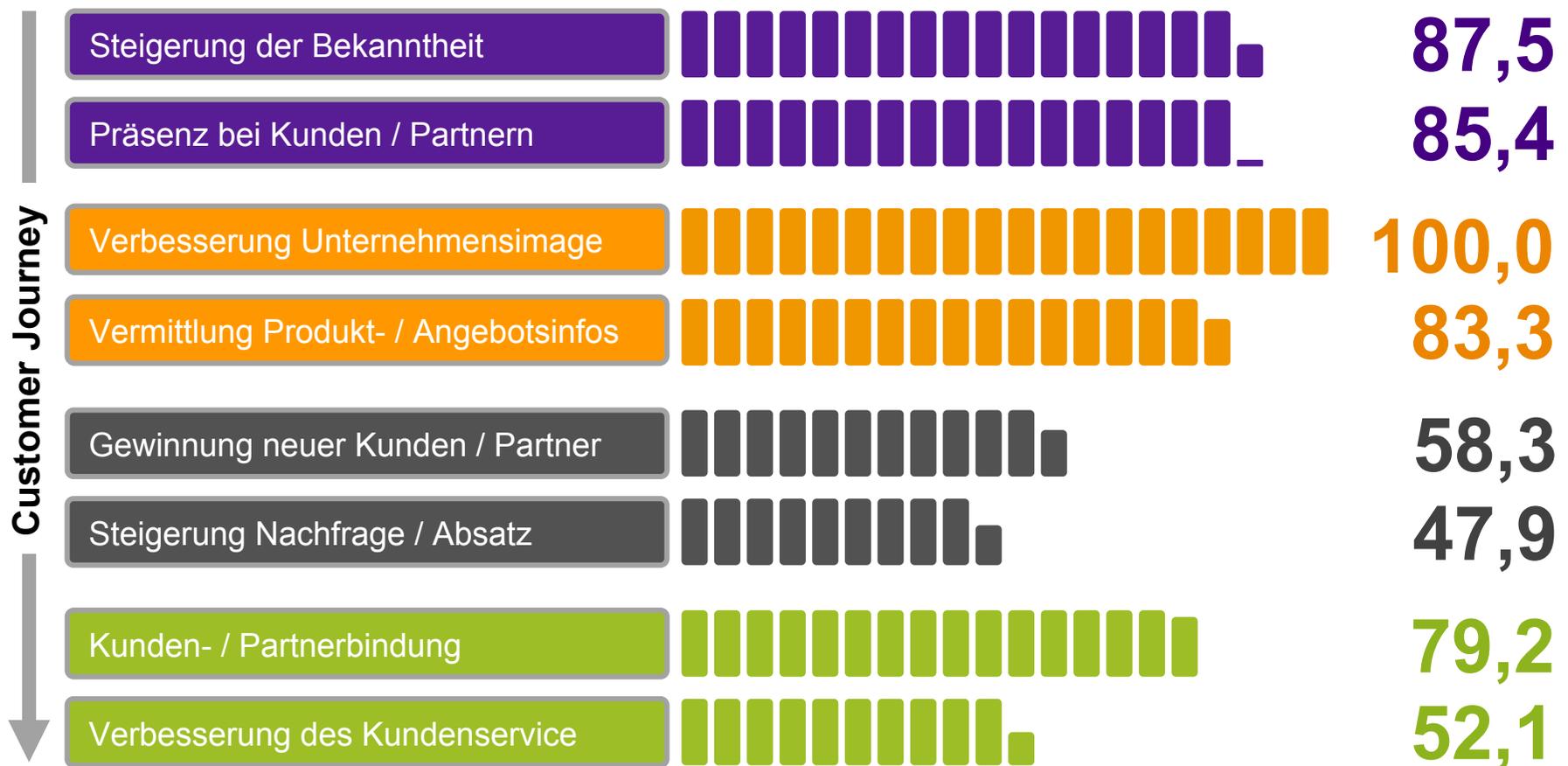
Videos eignen sich aus Unternehmenssicht vor allem zur Emotionalisierung. Weitere Vorteile: Glaubwürdigkeit, Mehrfachverwertung, Aufmerksamkeitsstärke, schnelle Infovermittlung.

**Welches sind aus Ihrer Sicht die drei größten Vorteile, die Bewegtbildinhalte im Rahmen der Unternehmenskommunikation bieten? Bitte wählen Sie maximal drei Aspekte aus.**



Corporate Videos können die ganze Customer Journey unterstützen. Besonders geeignet sind sie zur Imagepflege, Förderung der Bekanntheit & Präsenz, Vermittlung von Angebotsinfos.

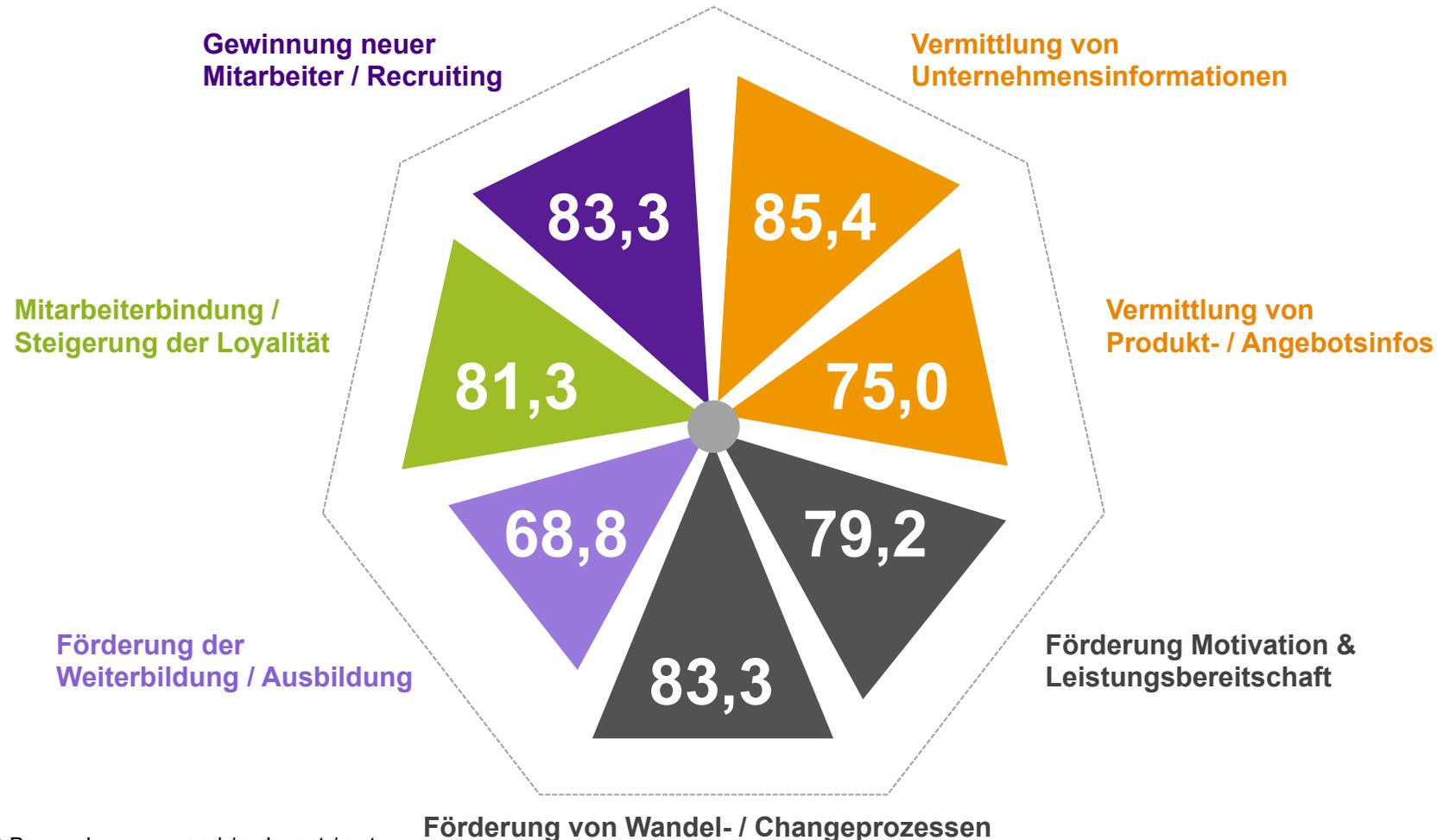
**Für wie geeignet halten Sie Bewegtbildinhalte, um folgende Ziele in der Kommunikation mit Konsumenten bzw. Geschäftskunden zu erreichen?**



Top 3 Boxes: hervorragend / sehr gut / gut

Aus Unternehmenssicht eignen sich Corporate Videos auch für die verschiedenen Aufgaben der Mitarbeiterkommunikation.

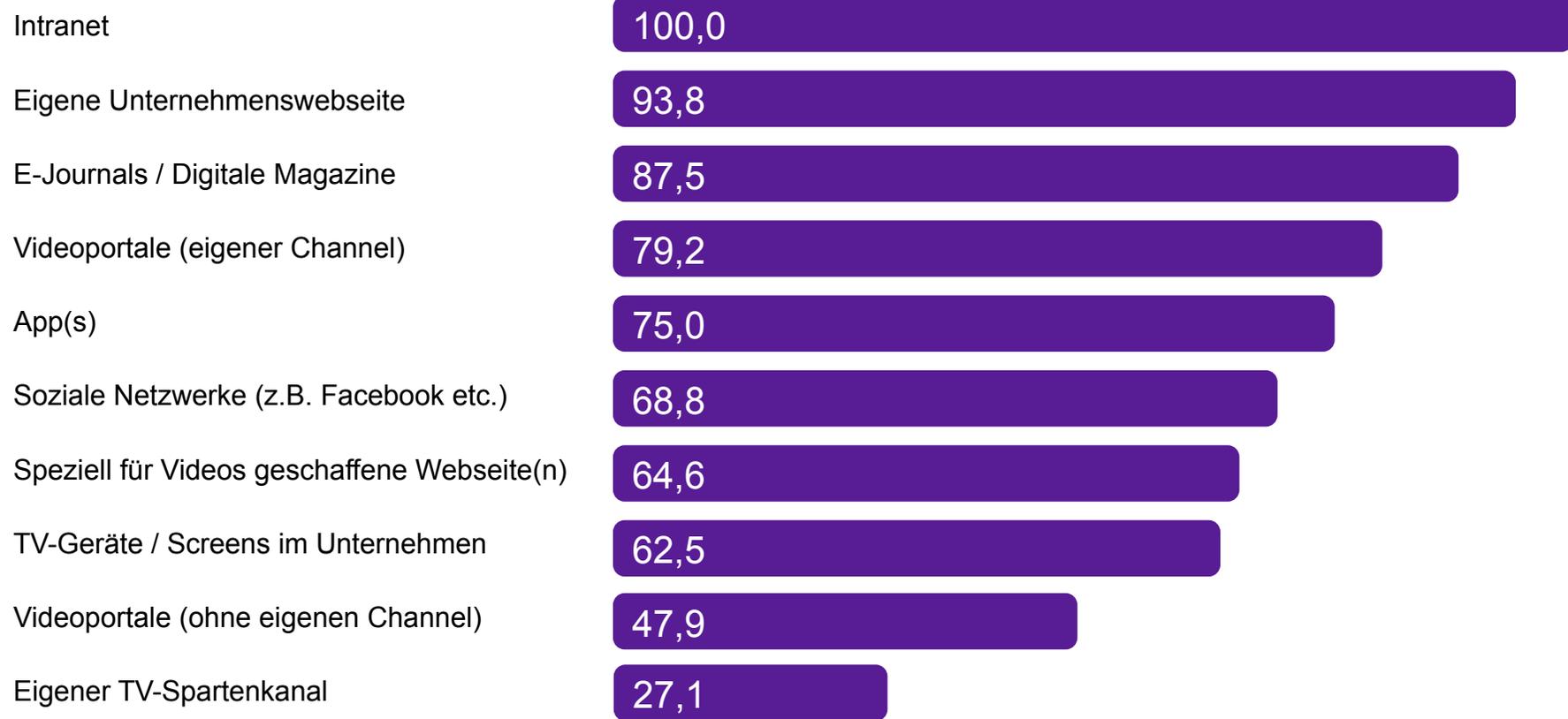
**Für wie geeignet halten Sie Corporate Videos, um folgende Ziele in der Kommunikation mit Mitarbeitern zu erreichen?**



Top 3 Boxes: hervorragend / sehr gut / gut

Die besten Distributionsplattformen aus Unternehmenssicht: Intranet und eigene Webseite.  
Des Weiteren: Digitale Magazine, eigene Channel bei Videoportalen, Apps und Soziale Netze.

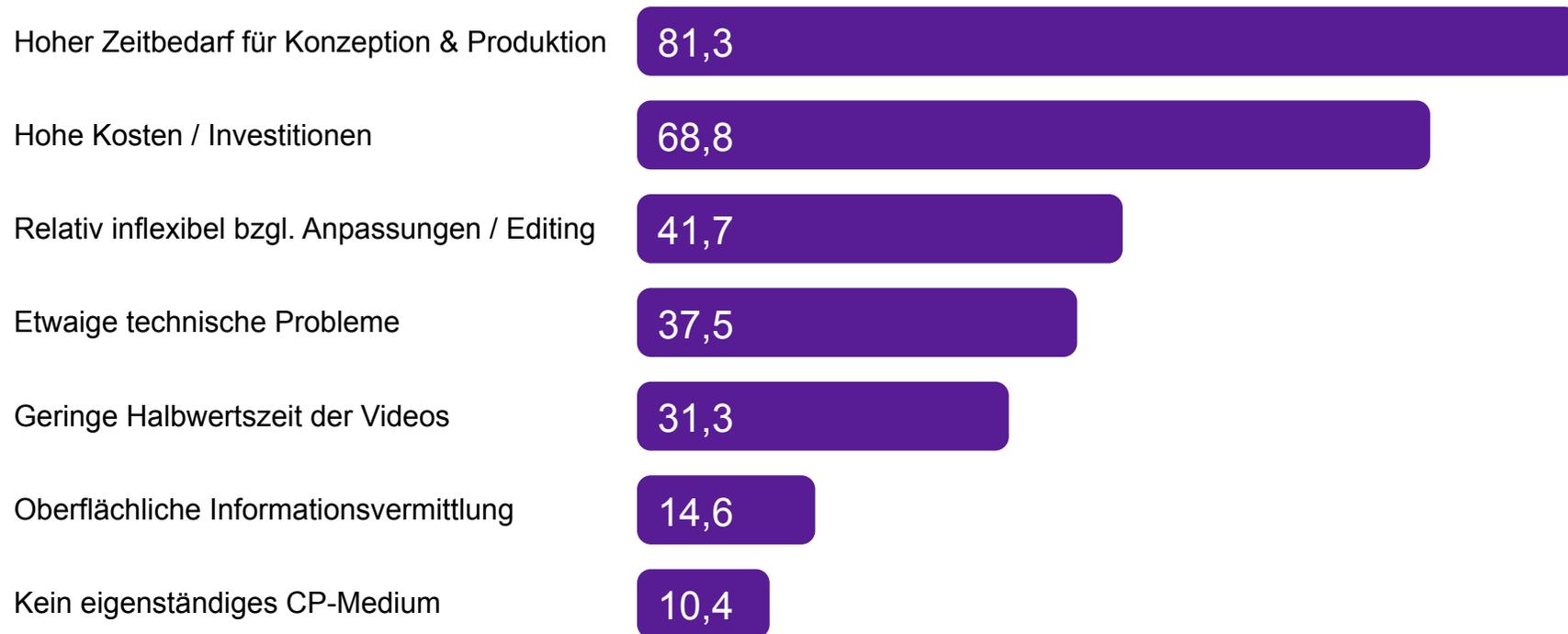
***Für wie geeignet halten Sie grundsätzlich die folgenden Plattformen bzw. Kanäle für die Distribution von Corporate Videos?***



Top 3 Boxes: hervorragend / sehr gut / gut

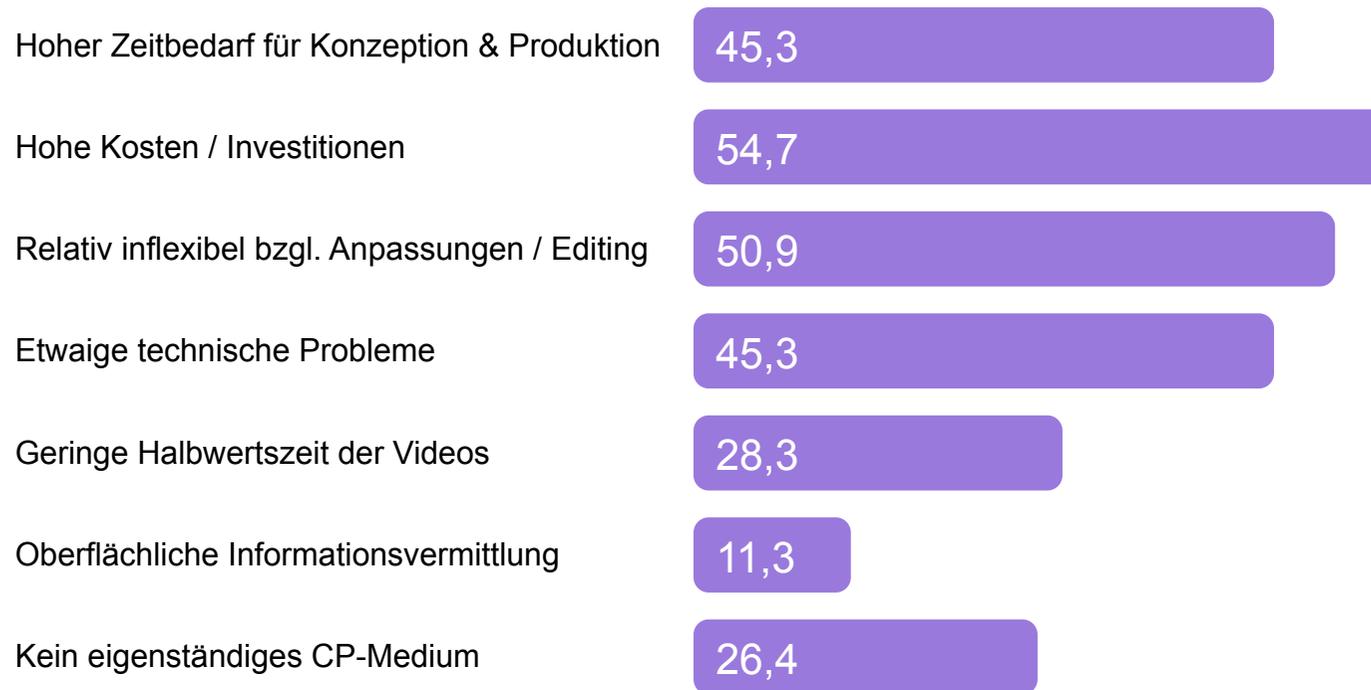
Als größter Nachteil wird der hohe Zeitbedarf für die Konzeption und Produktion gesehen. Auch die Investitionen, die der Einsatz von Videos mit sich bringt, werden als hoch eingestuft.

**Was sind aus Ihrer Sicht die größten Nachteile von Bewegtbildinhalten? Bitte wählen Sie maximal drei Aspekte aus.**



Die Dienstleister nehmen den Zeitbedarf für Konzeption und Produktion als weniger problematisch wahr als die Unternehmen.

**Was sind aus Ihrer Sicht die größten Nachteile von Bewegtbildinhalten? Bitte wählen Sie maximal drei Aspekte aus.**



# Nutzung von Corporate Videos

81 Prozent der Unternehmen nutzen bereits Videos im Rahmen des CP, für weitere 17 Prozent käme der Einsatz von Corporate Videos in Frage.

***Nutzt Ihr Unternehmen heute im Rahmen des Corporate Publishing bereits Corporate Videos?***



Ja, wir nutzen bereits  
Bewegtbildinhalte beim CP



Nein, aber Corporate  
Videos kämen für uns  
grundsätzlich in Frage



Nein, und Bewegtbildinhalte  
kommen für uns auch nicht  
in Frage

Zwei von drei CP-Dienstleistern haben bereits Video-Projekte realisiert. Weitere 13 Prozent bieten zwar Videos an, haben aber bisher noch keine Projekte umgesetzt.

**Welche dieser Aussagen trifft für Sie als CP-Dienstleister zu?**



Wir bieten Bewegtbildinhalte an und haben bereits Kundenprojekte realisiert



Wir bieten zwar Bewegtbildinhalte an, haben aber noch kein Projekt realisiert



Wir ziehen in Erwägung, künftig Bewegtbildinhalte anzubieten

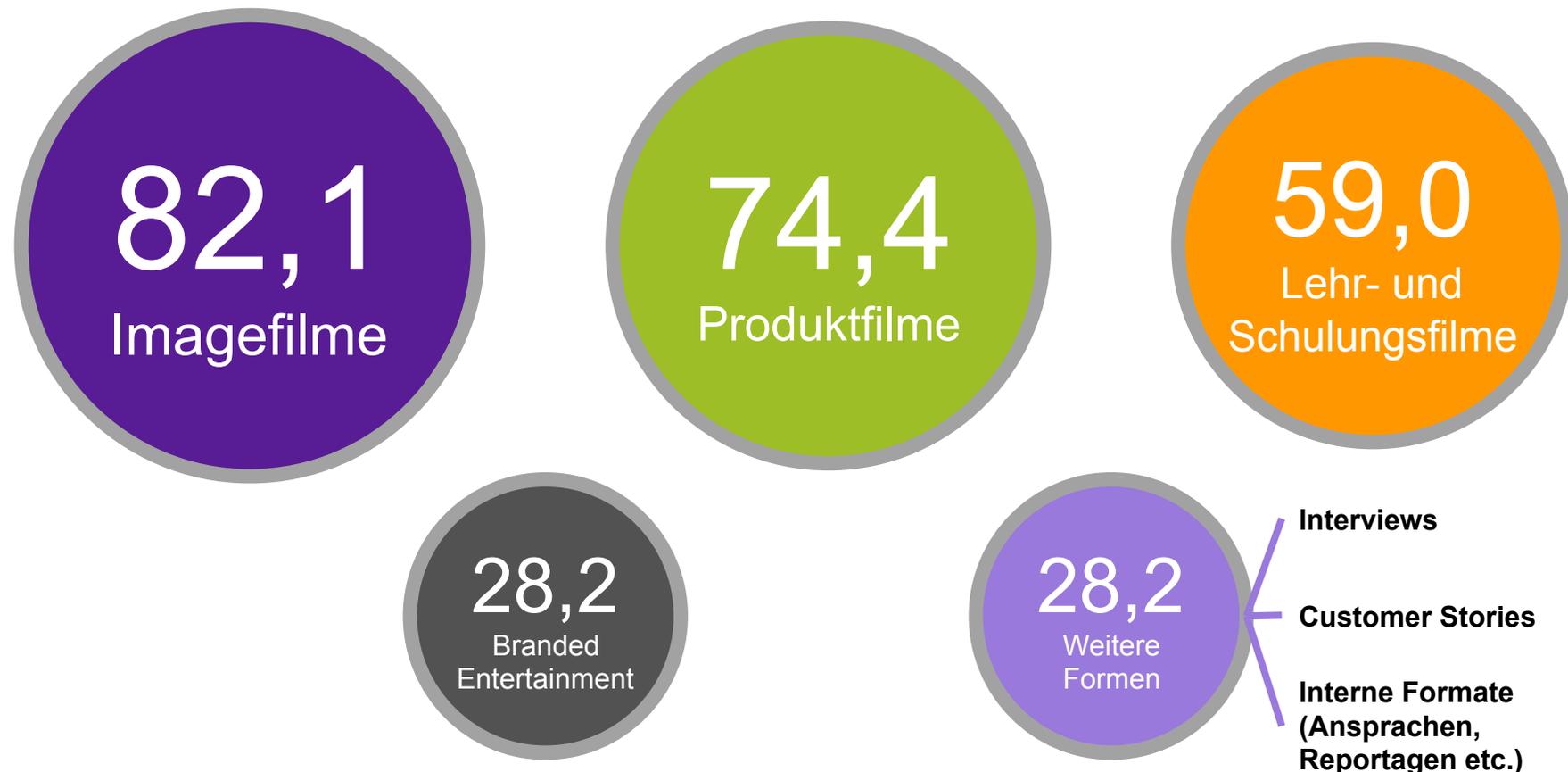


Das Angebot von Bewegtbildinhalten kommt für uns nicht in Frage

Einsatz verschiedener Darstellungsformen (Unternehmen die Videos nutzen)

Imagefilme sind die am häufigsten genutzte Darstellungsform – acht von zehn Unternehmen, die Videos nutzen, setzen sie ein.

**Welche der folgenden Darstellungsformen setzt Ihr Unternehmen heute ein? Bitte markieren Sie alle zutreffenden.**



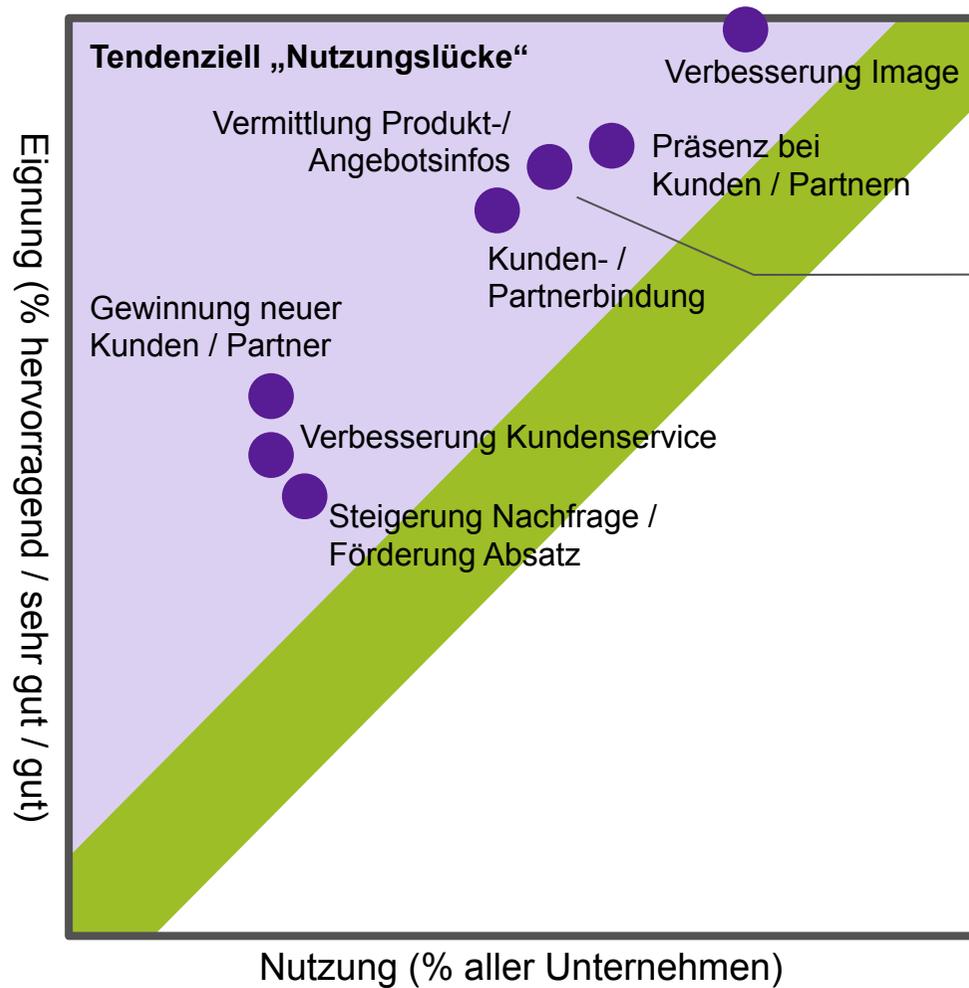
Einsatz verschiedener Darstellungsformen (Dienstleister die Videos einsetzen)

Imagefilme sind die am häufigsten in Kundenprojekten eingesetzte Darstellungsform. Die von den Dienstleistern realisierten Formen spiegeln den Videoeinsatz der Unternehmen wider.

**Welche der folgenden Darstellungsformen setzen Sie heute in Ihren Kundenprojekten ein? Bitte markieren Sie alle zutreffenden.**



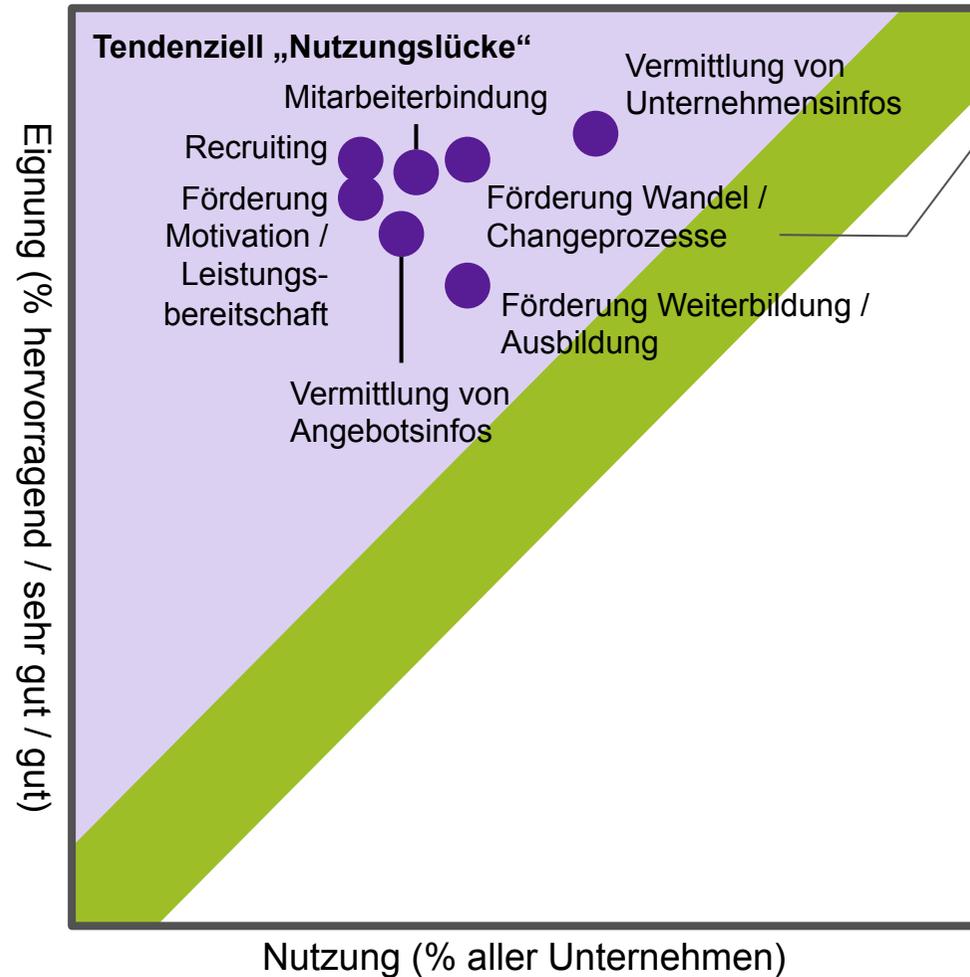
Das Potential von Corporate Videos in der Kundenkommunikation wird noch nicht vollumfänglich genutzt.



Lesebeispiel:

- 83 Prozent der Unternehmen halten Corporate Videos für geeignet, um Kunden Produkt- und Angebotsinformationen zu vermitteln
- 52 Prozent aller Unternehmen nutzen Corporate Videos, um Kunden entsprechende Informationen zu vermitteln

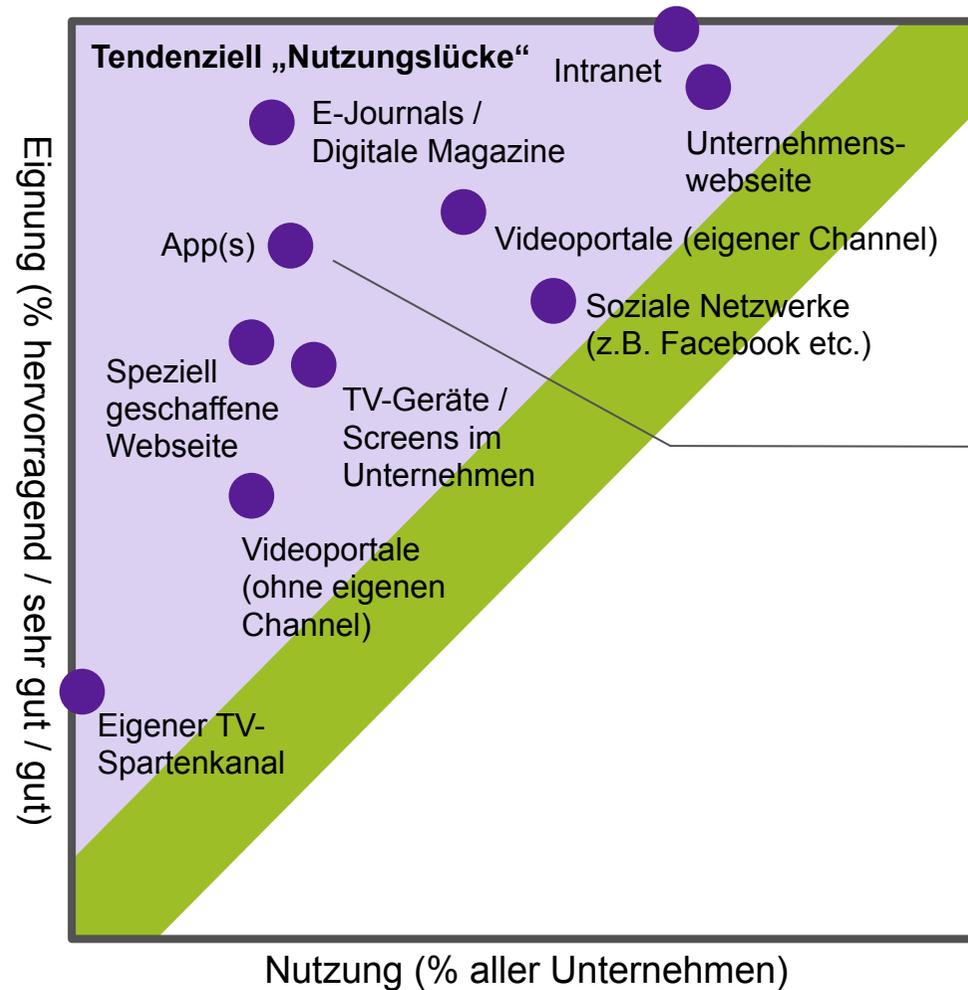
Das Potential von Corporate Videos in der Mitarbeiterkommunikation wird ebenfalls noch nicht voll genutzt.



Lesebeispiel:

- 83 Prozent der Unternehmen sind der Ansicht, dass Corporate Videos sich eignen, um Wandelprozesse im Unternehmen zu fördern bzw. zu unterstützen
- 44 Prozent aller Unternehmen nutzen Videos, um Changeprozesse zu fördern

Es besteht eine Lücke zwischen der Beurteilung der Eignung der verschiedenen Distributionsplattformen und deren tatsächlicher Nutzung.



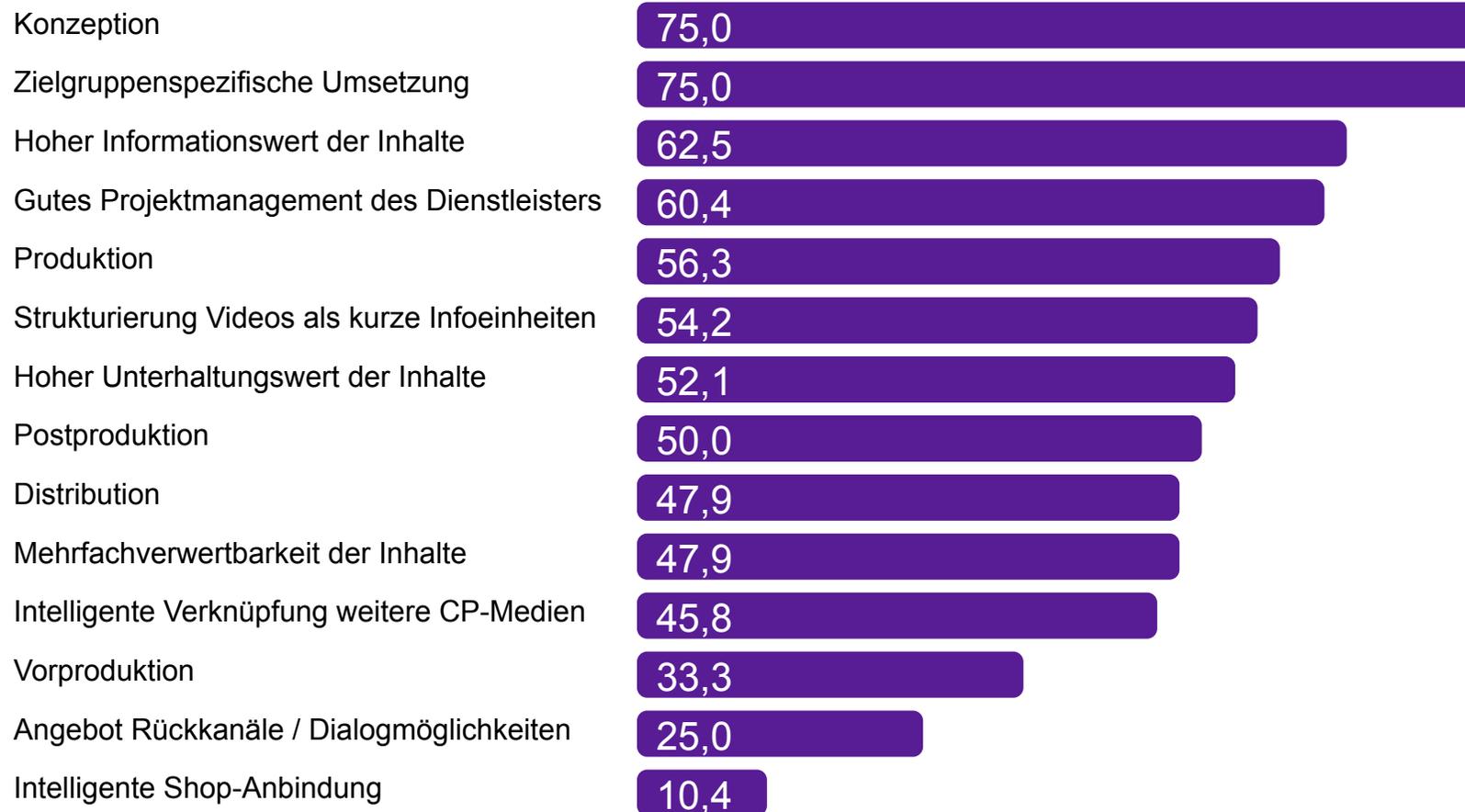
Lesebeispiel:

- 75 Prozent der Unternehmen halten Apps für eine geeignete Plattform für die Distribution von Corporate Videos
- 23 Prozent aller Unternehmen nutzen Apps zur Distribution von Corporate Videos

# Erfolgsfaktoren, Best Practices und künftige Entwicklung

Der erfolgreiche Einsatz von Corporate Videos hängt von einer ganzen Reihe an Faktoren ab. Besonders erfolgskritisch: Professionelle Konzeption und zielgruppenspezifische Umsetzung.

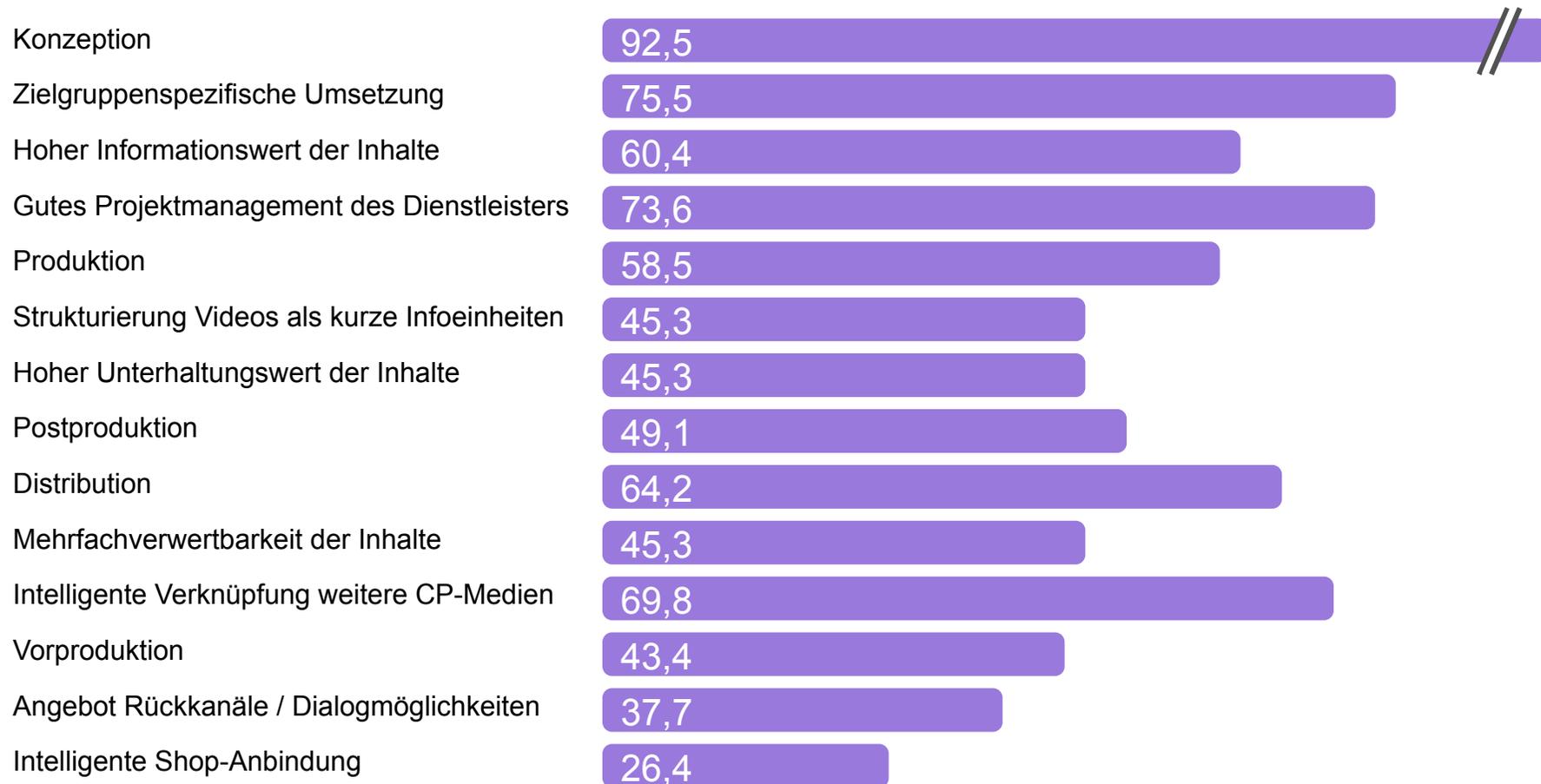
**Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Faktoren für den erfolgreichen Einsatz von Bewegtbildinhalten?**



Top 2 Boxes: entscheidend / sehr wichtig

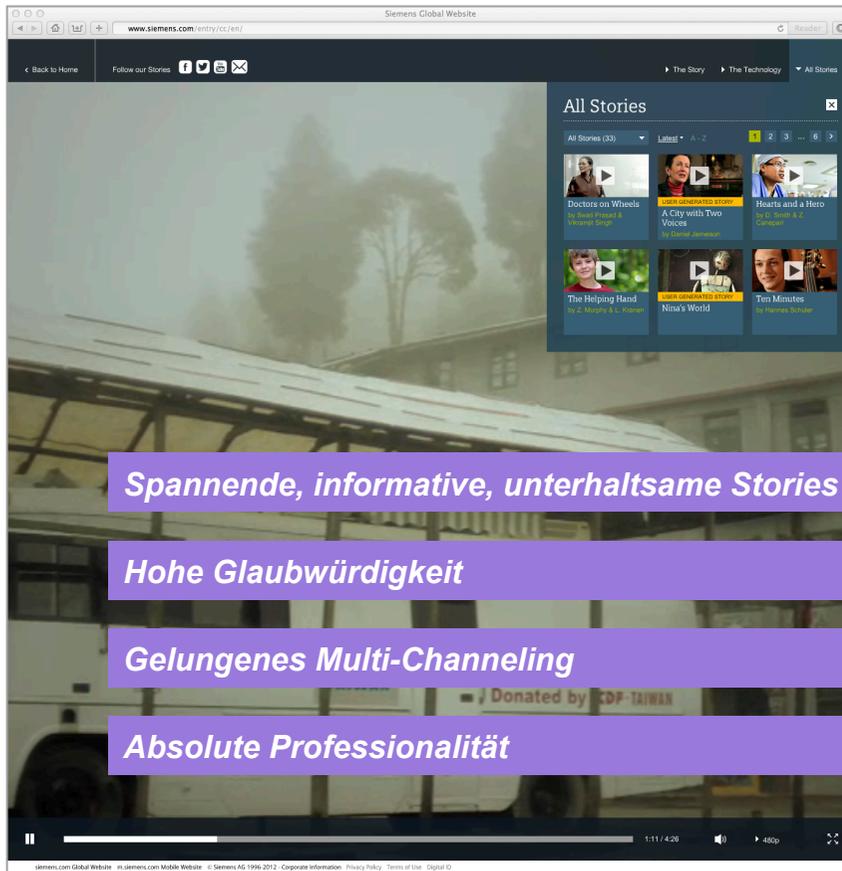
Professionelle Konzeption und zielgruppenspezifische Umsetzung sind auch für die Dienstleister zentral. Weiterhin: Projektmanagement Dienstleister, Verknüpfung, Distribution.

**Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Faktoren für den erfolgreichen Einsatz von Bewegtbildinhalten?**



Top 2 Boxes: entscheidend / sehr wichtig

Best Practice in der Kundenkommunikation: Siemens / Red Bull

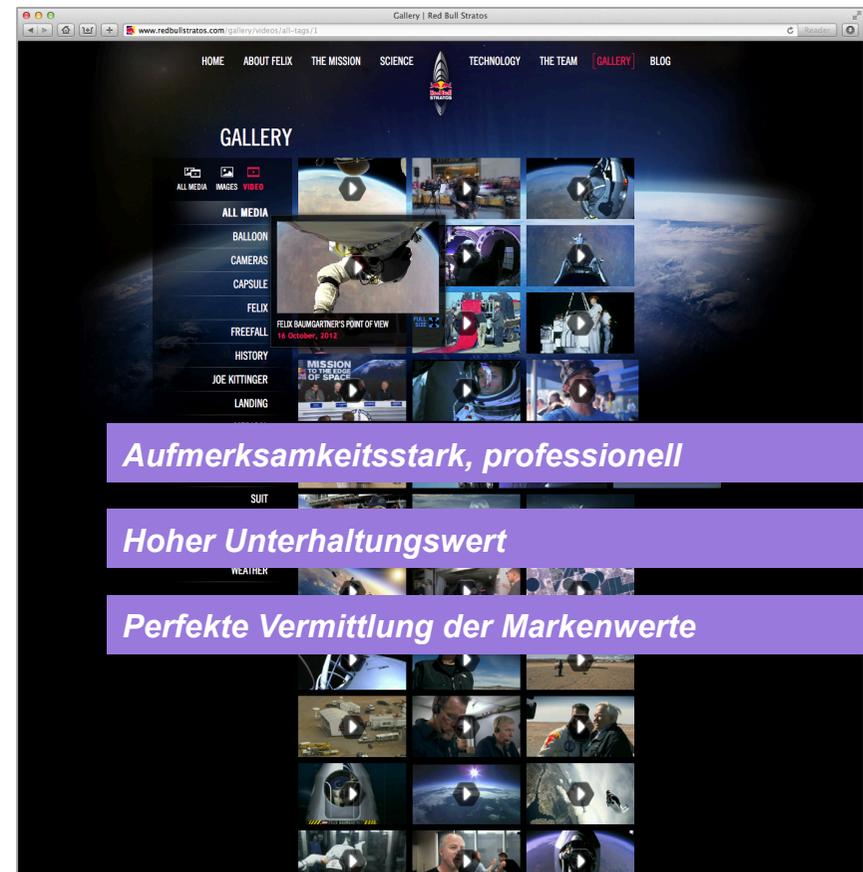


*Spannende, informative, unterhaltsame Stories*

*Hohe Glaubwürdigkeit*

*Gelungenes Multi-Channeling*

*Absolute Professionalität*



*Aufmerksamkeitsstark, professionell*

*Hoher Unterhaltungswert*

*Perfekte Vermittlung der Markenwerte*

# Best Practice in der Kundenkommunikation: Credit Suisse / Apple



The screenshot shows the Credit Suisse website's multimedia section. It features a main video player with a man speaking, and several smaller video thumbnails below. The thumbnails include financial data like 'USD 100,000 to 3,184 m' and 'Global Wealth Report: Ermitteln der Superreichen'. Navigation elements like 'Suchen:' and 'Kontakt' are visible at the top.

**Aktuell und informativ**

**Kurze, überschaubare Informationseinheiten**



The screenshot shows the Apple website's 'So funktioniert's' section. It features a large video player titled 'Ein Mac im Überblick' with a 'Zum Abspielen klicken' button. Below the video are several small video thumbnails with titles like 'Windows auf dem Mac', 'Bildschirmchen', and 'Hinzufügen eines RSS-Feeds zum Programm "Mail"'. The layout is clean and user-friendly.

**Einfach**

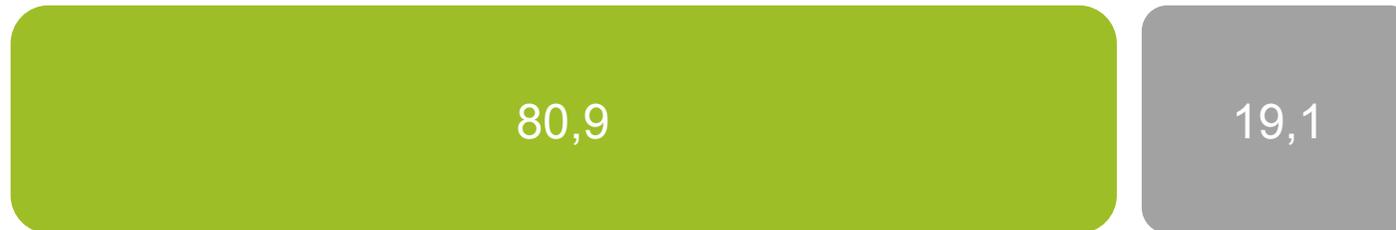
**Kurze, überschaubare Informationseinheiten**

**Echter Nutzwert**

Acht von zehn Unternehmen sind überzeugt, dass Videos in den kommenden zwei Jahren für sie (stark) an Bedeutung gewinnen werden. Die Hälfte rechnet auch mit steigenden Budgets.

**Wie schätzen Sie die künftige Entwicklung im Bewegtbildbereich ein?**

**Die Bedeutung von Bewegtbildinhalten wird für uns in den nächsten zwei Jahren ...**



**Unsere Budgets für Bewegtbildinhalte werden in den nächsten zwei Jahren ...**



■ (stark) wachsen    ■ gleich bleiben    ■ (stark) abnehmen

Unternehmen und Dienstleister sind sich einig: Corporate Videos werden das CP-Medienspektrum ergänzen und keine anderen CP-Medien substituieren.

## **Corporate Videos werden zukünftig andere CP-Medien ersetzen.**

**Unternehmen**

**12,5**

**Dienstleister**

**13,5**

Die Mehrzahl der Unternehmensvertreter und Dienstleister ist der Auffassung, dass in Sachen „Bewegtbildstrategie“ in vielen Unternehmen noch Nachholbedarf besteht.

**Die meisten Unternehmen haben noch keine klare Strategie für den Einsatz von Bewegtbildinhalten entwickelt.**

**Unternehmen**

**60,4**

**Dienstleister**

**75,0**

Top 2 Boxes: stimme voll und ganz zu / stimme zu

# zehnvier

zehnvier GmbH  
research & strategy  
Asylstrasse 64 / Römerschloss  
CH-8032 Zürich  
Tel.: +41 44 251 54 66  
Fax: +41 44 251 54 68  
[www.zehnvier.ch](http://www.zehnvier.ch)