

## Presseinformation

# Verbraucherstudie: gute Inhalte bleiben Königsdisziplin

- Was die Öffentlichkeit wirklich anspricht:  
Überzeugende Inhalte – seriös, wertfrei und detailreich präsentiert

*Überzeugender  
Content wird  
weiterempfohlen*

Hamburg, den 09. April 2019 – Egal ob Blogger, Redakteur, Pressestelle oder PR-Agentur – wer eine starke Reputation als Autor oder Nachrichtenlieferant aufbauen möchte, braucht vor allem eines: Guten Content. Denn 68 Prozent der Bundesbürger empfehlen Informationsquellen vor allem dann weiter, wenn deren Inhalte sie persönlich überzeugen. Ebenfalls wichtig: Der Inhalt muss für den behandelten Themenbereich eine hohe Relevanz aufweisen. Darauf legen 48 Prozent der Erwachsenen in Deutschland wert. Das sind Ergebnisse der Studie „Wege zum Verbraucher 2020“ von der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor in Kooperation mit dem Marktforscher Toluna und der dpa-Tochter news aktuell. Kern der Untersuchung ist eine repräsentative Umfrage unter 2.000 Deutschen ab 18 Jahren.

*Follower finden  
über Themen zu  
Influencern*

Auch die Bindung an Social-Media-Influencer erfolgt meistens über eine gezielte Suche nach Themen: 63 Prozent der Verbraucher folgen ihnen persönlich nicht bekannten Personen im Social Web, weil sie bei der aktiven Suche nach bestimmten Inhalten auf sie aufmerksam geworden sind.

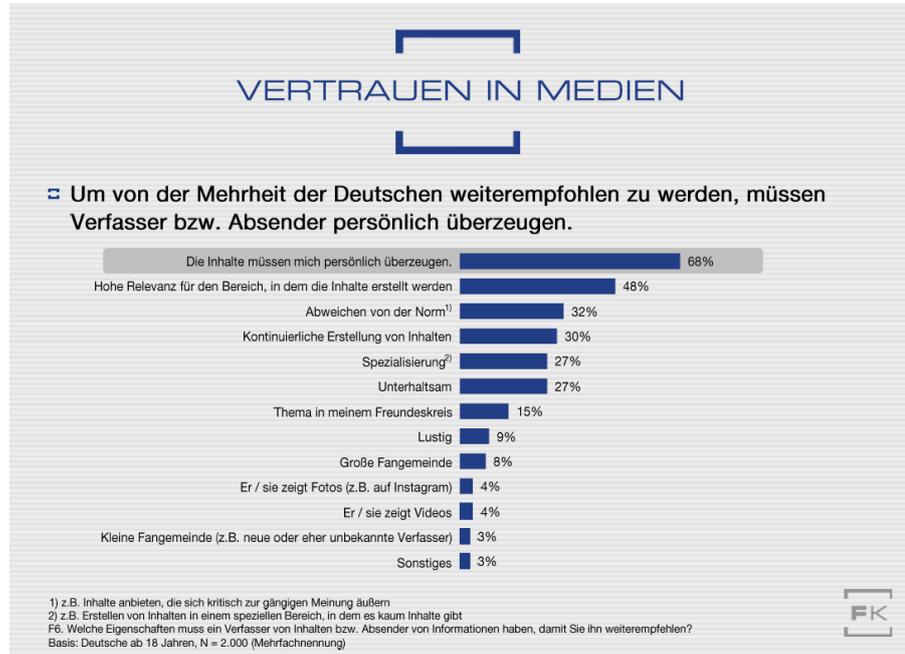
*Verbraucher  
interessieren sich  
für seriöse (69%),  
neutrale (57%) und  
detailreiche (53%)  
Informationen*

Um das Interesse der breiten Öffentlichkeit zu finden, müssen die richtigen Inhalte aber auch spannend verpackt werden. Nach Meinung von 69 Prozent der erwachsenen Bundesbürger müssen Informationen vor allem seriös aufbereitet werden, um interessant zu sein. 57 Prozent bestehen dabei auf eine neutrale, 53 Prozent auf eine detaillierte Darstellung.

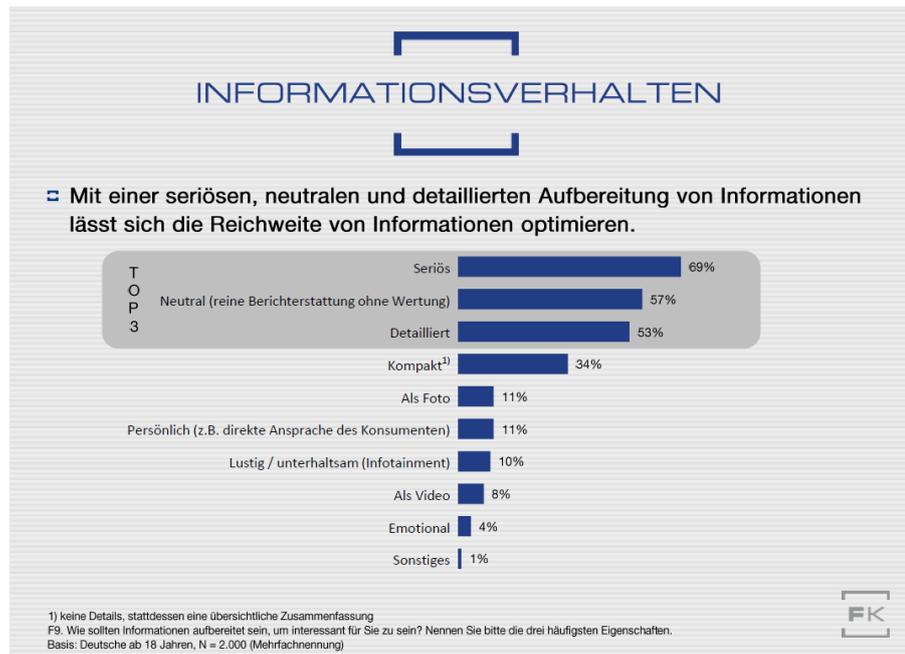
*Experte:  
Erfolgreiche  
Kommunikatoren  
denken wie  
Journalisten*

„Die Zahlen zeigen: Einfach mal kurz die eigene Meinung kund zu tun ist in der Öffentlichkeitsarbeit kein erfolgsversprechender Ansatz, um eine starke Breitenwirkung zu erzielen“, schließt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Erfolgreich sind vor allem Kommunikatoren, die die Grundtugenden des Journalismus beherrschen und relevante Fakten zu wichtigen Themen seriös transportieren.“

*Content bleibt King: Nichts ist wichtiger für Weiterempfehlungen als überzeugende Inhalte*



*Auch eine Frage des Stils: Verbraucher interessieren sich vor allem für seriös, wertfrei und detailreich aufbereitete Informationen*



*Über die Studie  
„Wege zum  
Verbraucher 2020“*

Die Studie „Wege zum Verbraucher 2020“ (Hamburg, Januar 2019) von Faktenkontor in Kooperation mit dem Marktforscher Toluna und der dpa-Tochter news aktuell untersucht, inwieweit die tatsächliche Nutzung unterschiedlicher Medientypen zur Informationssuche in der Bevölkerung den Erwartungen deutscher Kommunikationsexperten entspricht bzw. von ihr abweicht. Grundlage ist eine nach Alter, Geschlecht und Bundesland repräsentative Online-Befragung von 2.000 Deutschen ab 18 Jahren sowie eine B2B-Kommunikatorenbefragung unter 265 Mitarbeitern aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen. Die Befragungen wurden im Juni, Juli und August 2018 durchgeführt. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <https://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 250,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

*Faktenkontor:  
Berater für  
Unternehmens-  
und Vertriebs-  
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

**Besuchen Sie unsere Website: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de).**