

UNSERE TOP 5 KUNDENPROJEKTE

INKLUSIVE DER TOP 5 TRENDS IM CONTENT MARKETING 2021

INFORMATIONSDSIGN UND CONTENT MARKETING MADE BY STATISTA

FÜR MEHR AUFMERKSAMKEIT, VERTRAUEN UND LEADS.

Fünf Kunden, fünf einzigartige Projekte, fünf Erfolgsgeschichten: Entdecken Sie auf den folgenden Seiten spannende Infografiken, Microsite-Lösungen und mehr für international renommierte Unternehmen wie **Thomson Reuters** oder **Autodesk** – und machen Sie sich ein Bild davon, was Statista Content & Information Design auch für Sie und Ihr Unternehmen leisten kann. Unser qualifiziertes Team aus Beratern, Redakteuren, Designern und Digital Marketing-Experten betreute bisher bereits 410 Kunden aus 22 Ländern. Binnen 12 Jahren entstanden so über 15.000 Infografiken!

// ERFOLGSFAKTOR INFOGRAFIK – UND VIELES MEHR

Aufgrund des wachsenden Medieneinflusses erhalten wir heute **ca. 5 Mal so viele Informationen wie noch etwa vor 30 Jahren**. Visualisierungen wie Infografiken helfen uns, die Flut an Informationen zu selektieren – und Wichtiges von Unwichtigem zu trennen.

Unsere individuellen Infografiken sind nur ein Teil unserer Produktpalette: Für Unternehmen unterschiedlichster Größen aus verschiedensten Branchen bereitet unser Team spannende Zahlen nach allen Künsten des Data Storytelling auf: So entstehen animierte Videos, PowerPoint-Präsentationen, Microsites, Broschüren, Whitepaper und mehr. Statista Content & Information Design ist Ihr Partner für mehr Aufmerksamkeit, Vertrauen und Leads.



Max. 1/10 s

benötigen wir, um ein **SYMBOL** oder eine „**VISUELLE SZENE**“ zu verstehen.



Fast 50 %

UNSERES GEHIRNS sind an der Verarbeitung visueller Eindrücke beteiligt.



70 %

unserer **SINNESREZEPTOREN** befinden sich in unserem Auge.

ERINNERUNGSVERMÖGEN

für Informationen nach 72 Stunden

10 %



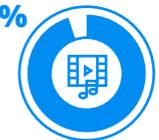
Text

65 %



Visuell

95 %



Audiovisuell

THOMSON REUTERS

// DER KUNDE

Thomson Reuters ist ein weltweit operierendes Medienunternehmen. Content & Information Design arbeitet seit 2018 mit Ansprechpartnern in Großbritannien, den USA und Kanada zusammen und deckt dabei eine Vielzahl an Themen ab, vor allem im Bereich der Mitarbeiterschulung. Dabei hat unser Team verschiedenste Inhalte produziert, von Infografiken und GIFs bis hin zu einer interaktiven Microsite und einem animierten Video.

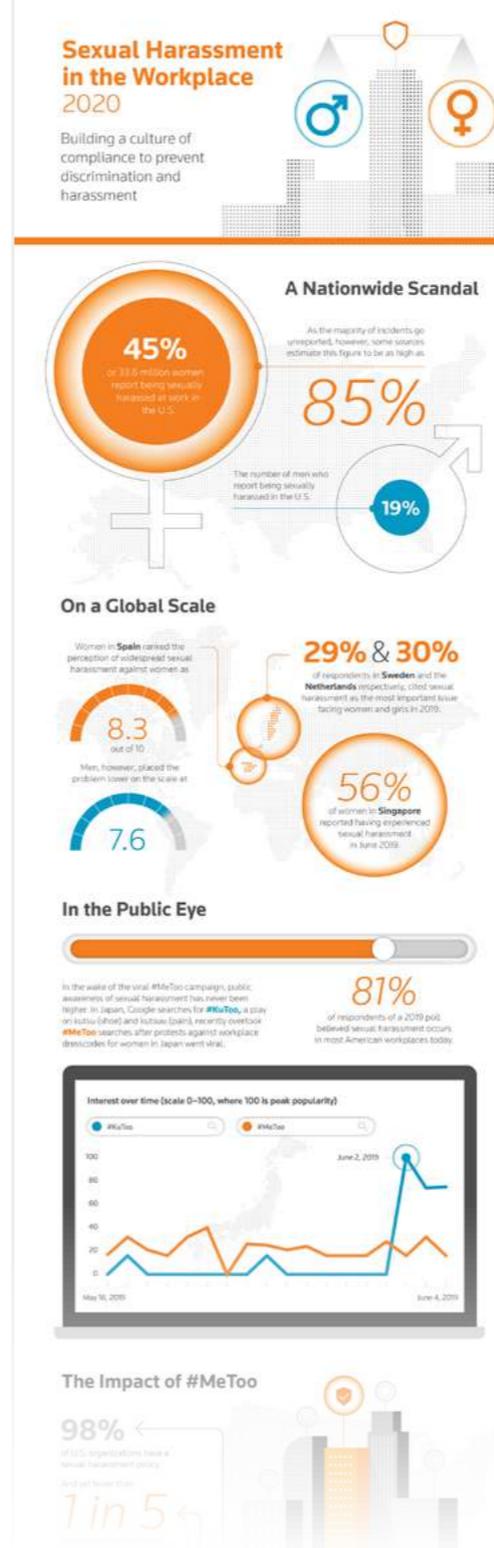
// DAS PROJEKT

Die von uns erstellten Grafiken, Videos und Microsites nutzt Thomson Reuters vor allem, um auf seine Expertise bei der Erstellung und Durchführung von Compliance-Schulungen für Mitarbeiter aufmerksam zu machen: Das Unternehmen veröffentlicht jedes Jahr einen Compliance-Bericht über die Entwicklungen und Prognosen des Jahres in der Branche. 2019 war das zehnte Jahr in Folge, in dem der Bericht veröffentlicht wurde – ein großartiger Anlass,

um die wichtigsten Ergebnisse auf einer interaktiven Microsite hervorzuheben. Unser Team aus Redakteuren, Designern und Entwicklern hob bei der Erstellung der Seite die wichtigsten Ergebnisse hervor und verarbeitete sie zu einem spannenden Data Storytelling in der Corporate Identity von Thomson Reuters. Außerdem wurde eine Reihe von Infografiken für Compliance-Fachleute erstellt, die sowohl die Regulierung von Fintech-Unternehmen als auch das sensible Thema der sexuellen Belästigung am Arbeitsplatz behandeln.

// DER ERFOLG

Das Team von Thomson Reuters ist immer offen für neue Ideen – und wir von Content & Information Design können zeigen, was unser Portfolio zu bieten hat. Das gibt uns die Möglichkeit, Themen interessant und abwechslungsreich aufzubereiten. Die Microsite ist dafür ein hervorragendes Beispiel.



UL LLC

// DER KUNDE

UL ist weltweit führend in der Sicherheitsprüfung und -zertifizierung und unterstützt Unternehmen nicht nur dabei, die Sicherheit zu stärken und die Einhaltung von Vorschriften zu erreichen – sondern auch dabei, noch mehr Qualität zu liefern und die Nachhaltigkeit zu verbessern. Beginnend mit einem kleinen Projekt mit dem Team von UL Dänemark hat sich unsere Beziehung mit dem Kunden über die Jahre immer weiter gefestigt. Mittlerweile arbeiten wir mit verschiedenen Abteilungen von UL LLC in den USA zusammen und können dabei unser gesamtes Portfolio präsentieren.

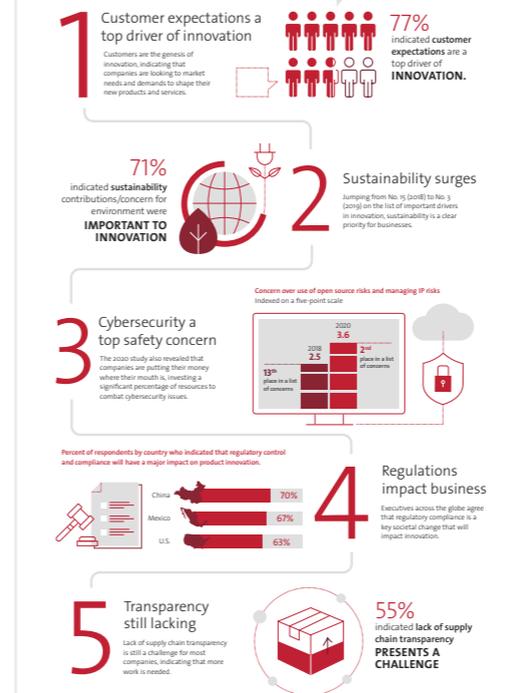
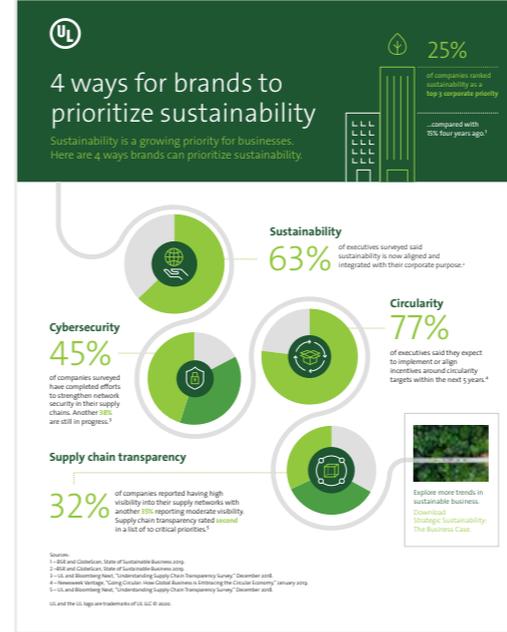
// DAS PROJEKT

Die Zusammenarbeit begann mit Infografiken, um die internen Kreativabteilungen von UL LLC zu unterstützen, ist aber im Laufe der Jahre auf die Arbeit an vollständigen Kampagnen samt der Erstellung von Berichten und Microsites angewachsen. Während der größte Teil des Inhalts vom Kunden selbst

entwickelt und geliefert wird, ist unser Team mit der Federführung bei der Umsetzung des Designs betraut. Das Arbeiten anhand der erarbeiteten Richtlinien sorgt für weniger Feedback-Schleifen und zufriedene Kunden – dennoch sind wir in dieser Zusammenarbeit auch in der Lage, kreativere Stile auszutesten, während wir gleichzeitig sicherstellen, dass die Ergebnisse immer noch die klare Corporate Identity von UL behalten. Dies wurde zum Beispiel im Rahmen eines Microsite-Designs umgesetzt.

// DER ERFOLG

Mittlerweile ist Statista Content & Design für UL LLC die „go to“-Agentur, wenn es um Kreativleistungen geht. Vor allem bei der Verwendung im Bereich Social Media garantieren die von uns erstellten Produkte immer eine große Wirkung für den Kunden, aber auch mit den eingerichteten Microsites wurden große Klickzahlen und viel positives Feedback erzielt.



AUTODESK

// DER KUNDE

Autodesk ist ein Software-Unternehmen im Bereich 2D und 3D-Design. Wir hatten das große Glück, zu ihrer spannenden Arbeit beizutragen – denn das Autodesk-Team hatte für die Datenfindung zu einem besonderen Projekt zum Thema „Urbanes Wachstum“ bereits Kontakt zu unserem Statista-Kollegen aus dem Bereich Research & Analysis aufgenommen. Dass wir von Content & Information Design schließlich die Visualisierung dieser Daten übernahmen, war also nur logisch!

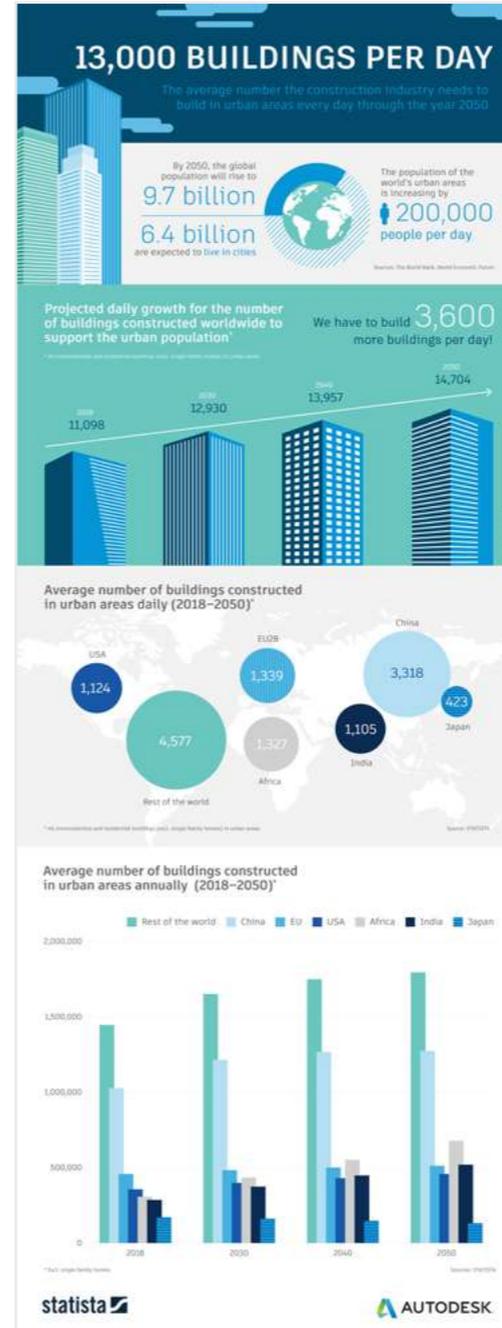
// DAS PROJEKT

Entwickelt werden sollten Designs, die nicht nur zur Corporate Identity von Autodesk passend und ansprechend gestaltet sind, sondern die Daten zum Leben erwecken. Unser Team war in der Lage, einen isometrischen Stil zu finden, der sich sowohl für die Infografiken als auch für das White Paper sowie für einen 3D-Entwurf für das Video eignete. Mit den von Research & Analysis gelieferten Daten konnten wir

interessante Storylines für die Grafiken als auch das Paper entwickeln, welche wiederum die Grundlagen für das Storyboard des Videos legten.

// DER ERFOLG

Diese „Teamarbeit“ zwischen Autodesk, Statista Research & Analysis und Statista Content & Information Design betrachtet die Zukunft der Baubranche anhand spannender und relevanter Daten, die mit größtmöglichem Effekt modelliert und visualisiert wurden. So wurden Designs erstellt, die die Geschichte hinter den Zahlen zum Leben erwecken. Zu sehen sind die Ergebnisse des Projekts auf einer eigenen Webseite unter dem Titel Building the future.



CAPSULE TECHNOLOGIES

// DER KUNDE

Capsule Technologies ist ein weltweit führender Anbieter für medizinische Geräteintegration und Patientenüberwachung für Krankenhäuser und Gesundheitsorganisationen. Das Ziel, mit dem man Anfang 2020 die Zusammenarbeit mit Content & Information Design aufgenommen hat, ist die Vereinfachung der Kommunikation zu diesem komplexen Themenfeld, sowohl intern als auch im Kontakt mit potenziellen Kunden.

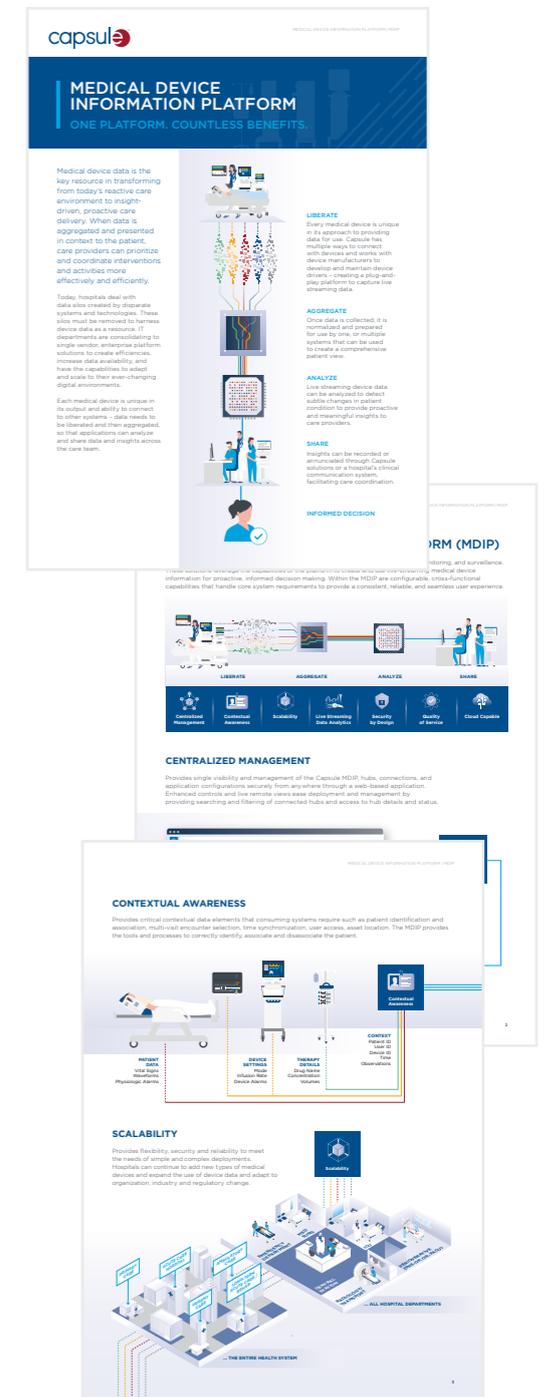
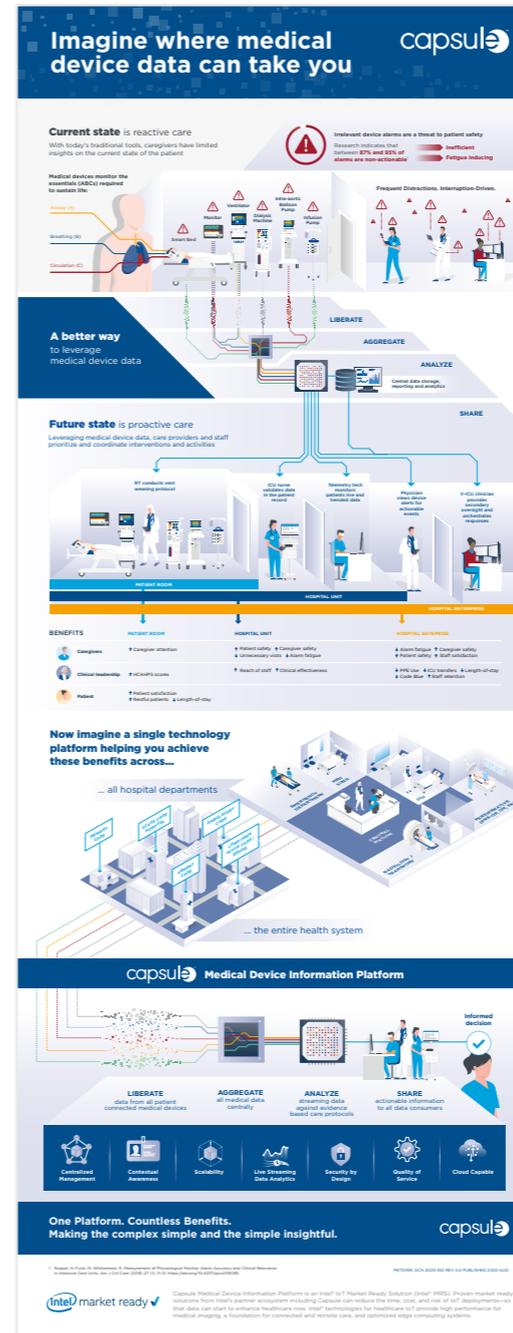
// DAS PROJEKT

Die verschiedenen Unternehmensbereiche von Capsule Technologies stellten uns Informationen für einen genauen Überblick über ihren Produktprozess zur Verfügung. Auf Grundlage dieser hat unser Team das Design sowohl für eine Verkaufsbroschüre als auch für ein Video vorvisualisiert. Der erste Schritt bestand darin, ein „look and feel“ zu entwickeln, das dem Branding des Kunden entspricht, uns aber die Freiheit lässt, ein Design zu

entwerfen, das auch die Inhalte unterstützt und hervorhebt. Die daraufhin entworfenen Infografiken mit ihren verschiedenen Illustrationen, die Patienten, Personal, Krankenhäuser und die allgemeine Gesundheitsstruktur visualisieren, sind ein absoluter Blickfang. Das Video ist eine herausragende Design-Leistung, da unser Team sich der Herausforderung annahm, ein animiertes Video in der sehr ungewöhnlichen Länge von mehr als sieben Minuten zu erstellen. Vervollständigt wurde das Projekt durch einen Produkt-Flyer, der sowohl als Digital- auch Printprodukt genutzt werden sollte.

// DER ERFOLG

Das erstellte Video fand bei Verkaufschulungen großen Anklang; zudem wurde eine zweite, gekürzte Version erstellt, die an Kunden weitergegeben werden soll. Zusammen mit den Infografiken und der Produktbroschüre unterstützten wir Capsule Technologies dabei, ihre Produktprozesse verständlicher zu machen.



SPIRENT

// DER KUNDE

Spirent ist multinational auf dem Gebiet der Testung und Messung von Telekommunikationsleistungen tätig. Gemeinsam mit dem US-Team mit Sitz in New Jersey entwickelten wir in der seit 2019 währenden Zusammenarbeit verschiedene Infografiken und Power-Point-Präsentationen zu komplexen, technischen Themen.

// DAS PROJEKT

Für Spirent tauchte unser Team bisher in Themen wie 5G-Rollout oder mobiles Videostreaming ein. Unsere Redakteure wurden dabei von ihren Ansprechpartnern sowohl mit Material zur Strukturierung der Infografiken als auch mit passenden und relevanten Daten zu den sehr spezifischen Themen versorgt, was sich als eine produktive Zusammenarbeit mit Erfolgsgarantie erwiesen hat. Die Infografiken und die Präsentation wurden nicht nur in der Corporate Identity von Spirent gestaltet, sondern auch mit fotografischen Elementen ver-

sehen, die den schlichten, aber professionellen Look der Entwürfe unterstützen und sicherstellen, dass der Inhalt vor den Experten aus dem Fachpublikum glänzen kann.

// DER ERFOLG

Die Infografiken haben sich für Spirent als ein großartiges Hilfsmittel bei der Lead Generierung erwiesen. Indem Spirent sie auf seiner Website zum kostenlosen Download anbot, sammelte das Unternehmen eine große Anzahl von qualifizierten Leads. Außerdem werden Auszüge der Grafiken mit prägnanten Aussagen sowohl in Verkaufs- als auch in Kundenpräsentationen genutzt.



THE ROAD TO 5G

By 2025 it is estimated there will be 1.1 billion mobile 5G connections worldwide. With a large-scale roll-out set to occur much earlier than originally anticipated, the race is on to deliver!

5G STANDARDIZATION TIMELINE



COMPLEX NEW CHALLENGES AND GREAT EXPECTATIONS

As wireless network infrastructures and devices begin to approach the new 5G standards, the rapid rate of acceleration has brought with it a host of new challenges...

NEW COMPLEXITY



Alongside increased complexity, 5G service providers must contend with new goals and expectations:

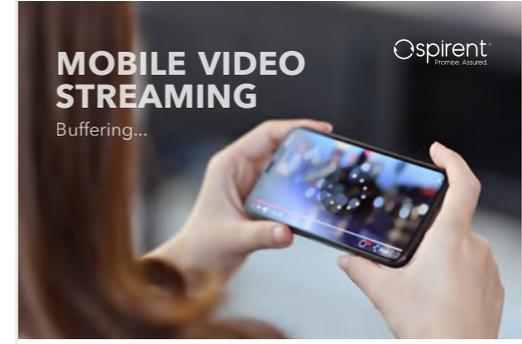


TESTING DATA SERVICES IN THE FIELD - WHAT'S DIFFERENT WITH 5G?

As 5G introduces millimeter wave (mmWave) frequencies into the mix, cells are smaller and closer - with crazy new beamforming going on. What we saw in recent runs:

- Beam acquisition is tricky - 4G anchor cell is still needed and not all 4G bands are enabled for that need.
- Mobility is not yet implemented well in some areas - a device may detach and ping going between 4G and 5G connectivity.
- The user experience is impacted by how the device is held - the angle of the device to the cell site is critical for testing purposes.
- Max download speed is 1.8Gbps thus far - but many popular big name applications are not yet ready for 5G speeds.

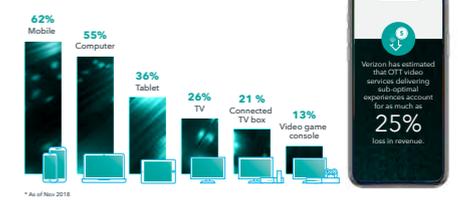
BEST TOOLS FOR THE JOB



QUALITY OF EXPERIENCE

More than half of Americans prefer to use their mobile device to stream video content. With 18-34 year olds spending up to 105 minutes per week streaming video content on their smartphone.

DEVICES USED TO WATCH ONLINE VIDEOS IN THE U.S.*



We did a study of mobile video quality.



Here's what we found: Having the latest smartphone, the most popular streaming service, and excellent network coverage doesn't always equate to high quality...

COMPARING DEVICES

Even top-tier devices have room for improvement...



LIVE TV STREAMING

It is possible to watch live TV without buffering and freezing!



5 UNVERZICHTBARE TRENDS FÜR ERFOLGREICHES CONTENT MARKETING 2021

Content Marketing ist längst Pflicht für alle großen Unternehmen – dadurch steigt auch die Menge der Inhalte immer weiter ins Unermessliche. Selbst mit herausragend guten Inhalten wird es immer schwerer, im Informationsüberfluss aufzufallen und in den Top-Suchergebnissen zu landen. Hier sind fünf Trends, mit denen Sie 2021 auf der richtigen Seite sind.

1 // COMMUNITY SCHAFFEN DURCH DIVERSIFIZIERUNG DER INHALTE

Wer mit seinem Content Marketing Erfolge erzielen will, muss sich diversifizieren – und stets noch speziellere Zielgruppen ansprechen. Das geschieht im Idealfall nicht nur durch Inhalte, sondern auch durch Interaktion, vor allem im Bereich Social Media. Schaffen Sie Präsenz, beispielsweise in einschlägigen Facebook-Gruppen zu genau Ihrem Thema – oder gründen Sie gar eine neue.

Kommunikation ist also Trumpf. Um herauszustechen, brauchen Sie selbstverständlich nicht nur relevante, sondern auch optisch auffallende Inhalte. Unsere **Infografiken** sind hierfür ideal, besonders im speziellen **Social Media-Format**.

2 // USER GENERATED CONTENT ZUR VERBREITUNG DER MARKENBOTSCHAFT

In den Aufbau einer Community zu investieren, lohnt sich besonders: Denn im Idealfall werden erfolgreiche Mitglieder dieser zu Ihren Markenbotschaftern – und produzieren ihren eigenen und ganz persönlichen Content.

Zufriedene „Member“ streuen Ihre Marke und Ihr Produkt nämlich nicht nur im Familien- und Freundeskreis, sondern auch immer häufiger auf Blogs oder in YouTube-Videos. So generieren Sie Reichweite ohne direkten Aufwand.

3 // PAID SOCIAL FÜR NOCH MEHR SICHTBARKEIT IN SOZIALEN NETZWERKEN

Laut CMI-Report ist Social Media neben eigener Website und E-Mail bei neun von zehn B2B-Entscheidern der wichtigste organische Distributionskanal. Doch nutzen 84 Prozent von Ihnen (in B2C gar 85 Prozent) Paid Social.

In B2B ist diese Content-Promotion vor allem auf LinkedIn relevant, in B2C findet sie vor allem auf Facebook und Instagram statt – und ist für Großunternehmen nahezu unerlässlich. In Kombination mit dem Community-Building stärken Sie die Präsenz Ihrer Marke in den sozialen Medien optimal.

4 // WEBINARE UND VIDEOS ZUM KNÜPFEN UND PFLEGEN DIGITALER KONTAKTE

Die Corona-Pandemie hat im vergangenen Jahr endgültig für den Durchbruch von Online-Schulungen und Webinaren gesorgt. Für ihr Unternehmen eine großartige Gelegenheit, qualifizierte Leads von Ihrer Arbeit zu überzeugen!

Der persönliche Kontakt erzeugt Glaubwürdigkeit und Vertrauen – insbesondere, wenn er visuell ansprechend umgesetzt wird. Fallen Sie dabei auf mit innovativen und datengetriebenen **PowerPoint-Präsentationen** oder durchdachten, **animierten (Erklär-) Videos**.

5 // DIVERSIFIZIERUNG DER SEO-STRATEGIE

Was für den Content selbst gilt, beeinflusst auch die Suche nach den richtigen Keywords 2021. Statt zu versuchen, User mit „Top 10“-Bestenlisten zu ködern, sollte man, passend zum Nischen-Inhalt, auch auf Nischen-Keywords setzen.

Zudem gewinnen die sogenannten „Long-Tail Keywords“ immer mehr an Bedeutung. Denn viele Nutzer formulieren sehr lange (und konkrete) Suchanfragen – eine direkte Einladung, sie ohne Umweg zu Ihrem Content zu lenken!

Zum Download für Sie

STATISTA CONTENT MARKETING COMPASS 2021

Die wichtigsten Ergebnisse der aktuellen Studien zum Thema Content Marketing – zusammengefasst in einem einzigen Paper. Erfahren Sie wertvolle Insights für Ihre Entscheidungsfindungen mit dem Statista Content Marketing Compass 2021 in Zusammenarbeit mit mediaresearch42 und contentmarketing.com.

JETZT KOSTENFREI HERUNTERLADEN

WIR FREUEN UNS VON IHNEN ZU HÖREN!



ALEXANDER TROFFMANN

Consultant – Content Marketing & Information Design

+49 40 284 841-736

alexander.troffmann@statista.com

www.statista.design