

Best of Content Marketing Award 2018



Kategorien

1. Customer		Beschreibung
Magazine [Print]		Magazine mit einem Mindestvolumen von 16 Seiten, die mindestens einmal pro Jahr erscheinen und inhaltlich schwerpunktmäßig redaktionell geprägt sind (in Abgrenzung zu Magalogen/VKF).
B2B		
[1]	Finanzen / Immobilien / Consulting	
[2]	Transport / Logistik / Automotive	
[3]	Handel / Konsum	
[4]	Industrie / Energie / Chemie / Pharma / Gesundheitswesen	
[5]	Medien / Entertainment / Kultur	
[6]	IT / Telekommunikation / Technologie	
B2C		
[7]	Finanzen / Versicherungen	
[8]	Automobil	
[9]	Bauen und Wohnen / Energie	
[10]	Medien / Entertainment / Kultur / Telekommunikation	
[11]	Tourismus und Verkehr	
[12]	Gesundheitswesen / Pharma / Chemie	
[13]	Handel / Konsum	
[14]	Non-profit / Verbände / Institutionen	
Corporate Books [Print]		Printpublikationen, die als geschlossenes Medium einmalig oder als Reihe erscheinen und der Unesco-Definition von Büchern (nichtperiodische Veröffentlichung, Mindestumfang 49 Seiten) entsprechen.
[15]	Industrie	
[16]	Dienstleistung / Handel	
[17]	Non-profit / Verbände / Institution	
Specials [Print] Einmalige Projekte ohne Periodizität		Magazine mit einem Mindestvolumen von 16 Seiten, die als einmalige Projekte ohne Periodizität erscheinen und inhaltlich schwerpunktmäßig redaktionell geprägt sind (in Abgrenzung zu Magalogen/VKF).
[18]	Customer Specials und Annuals	

Microsite / Website / App / E-Magazin / Newsletter [Digital]		Digitale Kommunikationsmittel, die der Regelkommunikation dienen und weitestgehend über redaktionelle Inhalte verfügen.
B2B		
[19]	Finanzen / Immobilien / Consulting	
[20]	Transport / Logistik / Automotive	
[21]	Handel / Konsum	
[22]	Industrie / Energie	
[23]	Medien / Entertainment / Kultur	
[24]	IT / Telekommunikation / Technologie	
B2C		
[25]	Finanzen / Versicherungen	
[26]	Automobil	
[27]	Bauen und Wohnen / Energie	
[28]	Medien / Entertainment / Kultur / Telekommunikation	
[29]	Tourismus und Verkehr	
[30]	Gesundheitswesen / Pharma / Chemie	
[31]	Handel / Konsum	
[32]	Non-profit / Verbände / Institutionen	
Bewegtbild		
Fiction		
[33]	Serie	Eine regelmäßig „gesendete“ Folge von Videos, die erkennbar in Story, Inhalt und Gestaltung zusammenhängen. Es müssen mindestens 3 Folgen eingereicht werden.
[34]	Produktfilm	Filme, die ein Produkt oder eine Dienstleistung erklären, vorführen oder in Anwendung zeigen. Produziert mit vorgegebenem Ablauf / Drehbuch durchgeführt durch professionelle Darsteller.
[35]	Employer Branding extern	Alle Filme die dazu dienen, einen Arbeitgeber als authentische und glaubwürdige Arbeitgebermarke erscheinen zu lassen und die dabei mit fiktionalen Inhalten arbeiten.
[36]	Branded Entertainment / Commercial / Viralspot	Szenisch produzierte Filme aller Art, deren Ziel die Unterhaltung der Zuschauer ist und gar nicht oder nur minimal Marken- oder Werbebotschaften enthalten. Filme die Awareness für ein Produkt, eine Marke oder eine Dienstleistung erzielen und sich im besten Fall Viral verbreitet haben.

[37]	Corporate Story	Filme, die sich mit dem kompletten Unternehmen beschäftigen. Jubiläumfilme, Imagefilme, etc. Szenisch produzierte Elemente reichen aus, um in diesem Bereich ausgezeichnet zu werden.
Non Fiction		
[38]	Serie	Eine regelmäßig „gesendete“ Folge von Videos, die erkennbar in Story, Inhalt und Gestaltung zusammenhängen. Es müssen mindestens 3 Folgen eingereicht werden.
[39]	Employer Branding extern	Alle Filme die dazu dienen, einen Arbeitgeber als authentische und glaubwürdige Arbeitgebermarke erscheinen zu lassen und die dabei mit non-fiktionalen Inhalten arbeiten.
[40]	How to / DIY	Filme, welche die Benutzung eines Produkts oder einen Vorgang erklären. Schulungsfilme. Ziel des Films ist es, den Zuschauer zu befähigen die gezeigte Aktion selbst durchzuführen.
[41]	Knowledge Transfer	Filme, die einen Sachverhalt, eine Nachricht oder Zusammenhänge erklären. Warum produzieren wir nachhaltig? Wer ist der neue Chef?
[42]	Interview / Statement	Redaktionell kontrollierte Interviews und Statements, interviewlastige Porträts.
[43]	Branded Entertainment	Szenisch produzierte Filme aller Art, deren Ziel die Unterhaltung der Zuschauer ist und gar nicht oder nur minimal Marken- oder Werbebotschaften enthalten.
[44]	Best Practice	Filme, die eine Referenz präsentieren oder ein Projekt dokumentarisch begleiten.
[45]	Corporate Story	Filme, die sich mit dem kompletten Unternehmen beschäftigen. Jubiläumfilme, Imagefilme, etc. Szenisch produzierte Elemente reichen aus, um in diesem Bereich ausgezeichnet zu werden.

Social Media		
[46]	Community Management	Dauerhaftes Community Management über eine einzelne Social-Media-Präsenz. Vermittelt werden dabei die wichtigsten, redaktionell geprägten Botschaften zur Markenpflege.
[47]	Kampagne	Eine oder mehrere Social-Media-Präsenzen, die über einen begrenzten Zeitraum hinweg im Sinne eines Kampagnenziels mit redaktionellen Inhalten bespielt werden.
Crossmedia		<p>Crossmedia-Kommunikation</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bedeutet für ein Mediensystem, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist; 2. weist mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu; 3. sorgt für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote; 4. beinhaltet eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt
B2B		
[48]	Finanzen / Immobilien / Consulting	
[49]	Transport / Logistik / Automotive	
[50]	Handel / Konsum	
[51]	Industrie / Energie	
[52]	Medien / Entertainment / Kultur	
[53]	IT / Telekommunikation / Technologie	
B2C		
[54]	Finanzen / Versicherungen	
[55]	Automobil	
[56]	Bauen und Wohnen / Energie	
[57]	Medien / Entertainment / Kultur / Telekommunikation	
[58]	Tourismus und Verkehr	
[59]	Gesundheitswesen / Pharma / Chemie	
[60]	Handel / Konsum	
[61]	Non-profit / Verbände / Institutionen	

2. Internal		
Magazin [Print]		Magazine mit einem Mindestvolumen von 16 Seiten, die periodischer Erscheinungsweise, die inhaltlich schwerpunktmäßig redaktionell geprägt sind und sich an unternehmensinterne Anspruchsgruppen richten.
[62]	Internal Magazin Print	
Zeitung [Print]		Printmedien im Zeitungsformat (keine feste Bindung, stärkerer Aktualitätsbezug als Magazine), die inhaltlich schwerpunktmäßig redaktionell geprägt sind und sich an unternehmensinterne Anspruchsgruppen richten.
[63]	Internal Zeitung Print	
Digital		Digitale Kommunikationsmittel, die sich an an unternehmensinterne Anspruchsgruppen richten, der Regelkommunikation dienen und weitestgehend über redaktionelle Inhalte verfügen.
[64]	Intranet / Plattform / Eco-System / Microsite / E-Magazin / Newsletter	
Bewegtbild		
[65]	Fiction – Employer Branding intern	Alle Filme die dazu dienen, einen Arbeitgeber als authentische und glaubwürdige Arbeitgebermarke erscheinen zu lassen und die dabei mit fiktionalen Inhalten arbeiten.
[66]	Non Fiction – Employer Branding intern	Alle Filme die dazu dienen, einen Arbeitgeber als authentische und glaubwürdige Arbeitgebermarke erscheinen zu lassen und die dabei mit non-fiktionalen Inhalten arbeiten.
Crossmedia		Crossmedia-Kommunikation (die sich an unternehmensinterne Anspruchsgruppen richtet) 1. bedeutet für ein Mediensystem, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist; 2. weist mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu; 3. sorgt für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote; 4. beinhaltet eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.
[67]	Internal Crossmedia	

3. Reporting		
Geschäftsbericht / Jahresbericht [Print]		Eingereicht werden können Geschäfts- und Jahresberichte, die neben dem Bilanzteil über einen redaktionell geprägten Magazin- bzw. Imageteil verfügen, der entweder in den Bericht integriert ist oder als Beileger publiziert wird.
[68]	Industrie	
[69]	Dienstleistung / Handel	
[70]	Non-profit	
Nachhaltigkeitsbericht [Print]		Eingereicht werden können gedruckte Unternehmensberichte, die die nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens in Bezug auf Umwelt oder Gesellschaft abbilden (z.B. CSR-Berichte etc.).
[71]	Reporting Nachhaltigkeitsbericht	
Digital		Eingereicht werden können digitale Geschäfts- und Jahresberichte, die neben dem Bilanzteil über einen redaktionell geprägten Magazin- bzw. Imageteil verfügen und die entweder als Ergänzung zu einem Printbericht oder als eigenständiger Bericht publiziert werden.
[72]	Reporting Digital	
Crossmedia		<p>Crossmedia-Kommunikation</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist; 2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu; 3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote; 4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.
[73]	Reporting Crossmedia	

4. Content Campaign	<p>In der Kategorie Content Campaign werden die Konzeption und der wirksame Einsatz von Content und Storytelling in Kampagnen bewertet. Egal ob Werbekampagnen, die mit Content-Bausteinen verlängert werden oder reine Contentkampagnen, die nur online gespielt werden, solange die dazu gehörenden Inhalte redaktionell aufbereitet sind. Idealerweise verfolgen diese jeweils ein konkret nachweisbares Ziel und sind in die übergeordnete Marketingkommunikation eingebettet.</p>
[74] B2B	
[75] B2C	
[76] Employer Branding (extern)	
5. Salesspecials / Magaloge / VKF	<p>In der Kategorie Sales / VKF / Magaloge wird der wirksame Einsatz von Content in der abverkauforientierten Kommunikation bewertet. Eingereicht werden können hier jene Projekte, die Produktkommunikation und Angebotskommunikation mit Contentbausteinen verbinden. Ob Content-Konzepte im eCommerce, inhaltlich getriebene Verkaufsliteratur, CRM-Strategien, die mit Content überzeugen oder attraktive Magaloge: Content Marketing mit Verkaufswirkung wird in dieser Kategorie ausgezeichnet.</p>
[77] B2B	
[78] B2C	
6. [79] Content Strategy	<p>In der Kategorie Content Strategie werden Strategien ausgezeichnet, die durch eine intelligente Verzahnung von Zielgruppen-, Markt- und Marken-Insights zu erfolgreichen Content-Programmen geführt haben. Ausgezeichnet werden Projekte, deren Exekution sich aus einer klar erkennbaren Strategie herleitet und die mit Hilfe einer Vielzahl performanter Inhalte kontinuierlich Zielgruppenbedürfnisse erfüllen und Markenziele erreichen.</p>

7. Sonderpreise	
[80] Content-Excellence	Mit dem Preis Content-Excellence sollen herausragende und beispielhafte journalistische Beiträge prämiert werden. Zugelassen zur Einreichung sind Beiträge mit einem Thema, das aus der Welt des herausgebenden Unternehmens schöpft bzw. in Beziehung zum Unternehmen oder zur Marke steht. Der Beitrag muss in einem beim BCM 2018 eingereichten Medium (Print, Digital, Social, Video) erschienen sein.
[81] Beste Infografik	Die eingereichte Infografik muss einen UNTERNEHMENS- oder MARKENBEZUG haben und in einer Publikation erschienen sein, die beim BCM 2018 eingereicht wurde. Es muss sich jedoch NICHT um die gleiche Ausgabe handeln.
[82] Innovation (zusätzlich 95 Euro)	Im Fokus steht hier der Einsatz von noch nicht da gewesenen Mechaniken im Bereich Content Marketing, wie z.B. Wahl des Kanals, technische Besonderheiten wie Programmierung, Distribution und Promotion, aber auch die Bereiche Kamera, Filmkonzepte, Animationskonzepte sowie Druckveredlung, Materialmix, Druckweiterverarbeitung als auch die sog. stillen Innovationen.
[83] Internationale Kommunikation [Print / Digital / Bewegtbild / Crossmedia] (zusätzlich 95 Euro)	Ausgezeichnet werden Unternehmensmedien (Print oder Digital), die in mehreren Sprachen und für unterschiedliche Länder bei internationalen Zielgruppen zur einheitlichen Markenbildung beitragen und regionale soziodemografische und kulturelle Einflüsse berücksichtigen.
[84] Cover des Jahres (zusätzlich 95 Euro)	Bewertet werden Fotos, Grafiken, Illustrationen oder typographische Gestaltungen auf dem Cover einer beim BCM 2018 eingereichten Printpublikation (Magazin extern oder intern, Zeitung intern, Buch).



[85] Beste Kamera (zusätzlich 95 Euro)	Bewertet und ausgezeichnet werden Arbeiten, die herausragend in der künstlerischen Gestaltung des Bildes sind, in der Originalität der Kameraführung, Bilder mit besonderer emotionaler Kraft entwerfen, und in besonderem Maße das Thema des Films kongruent umsetzen und zum Ziel des Films beitragen.
[86] Bester Film (nicht buchbar)	
[87] Best of Austria (nicht buchbar)	
[88] Best of Switzerland (nicht buchbar)	

Stand: 29.11.2017