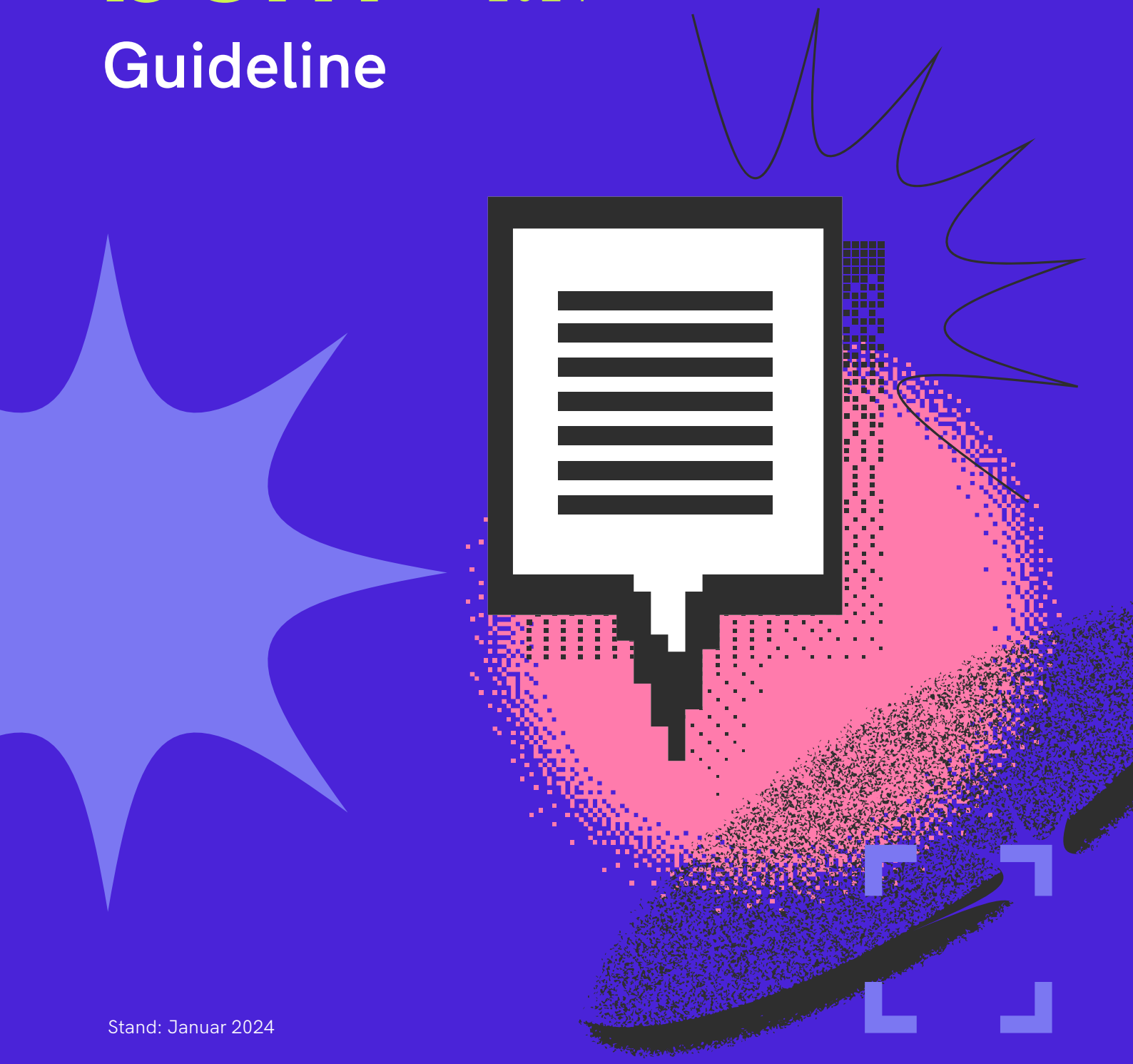
# bcm Guideline

best of content marketing 2024



Stand: Januar 2024

# Guideline BCM 2024

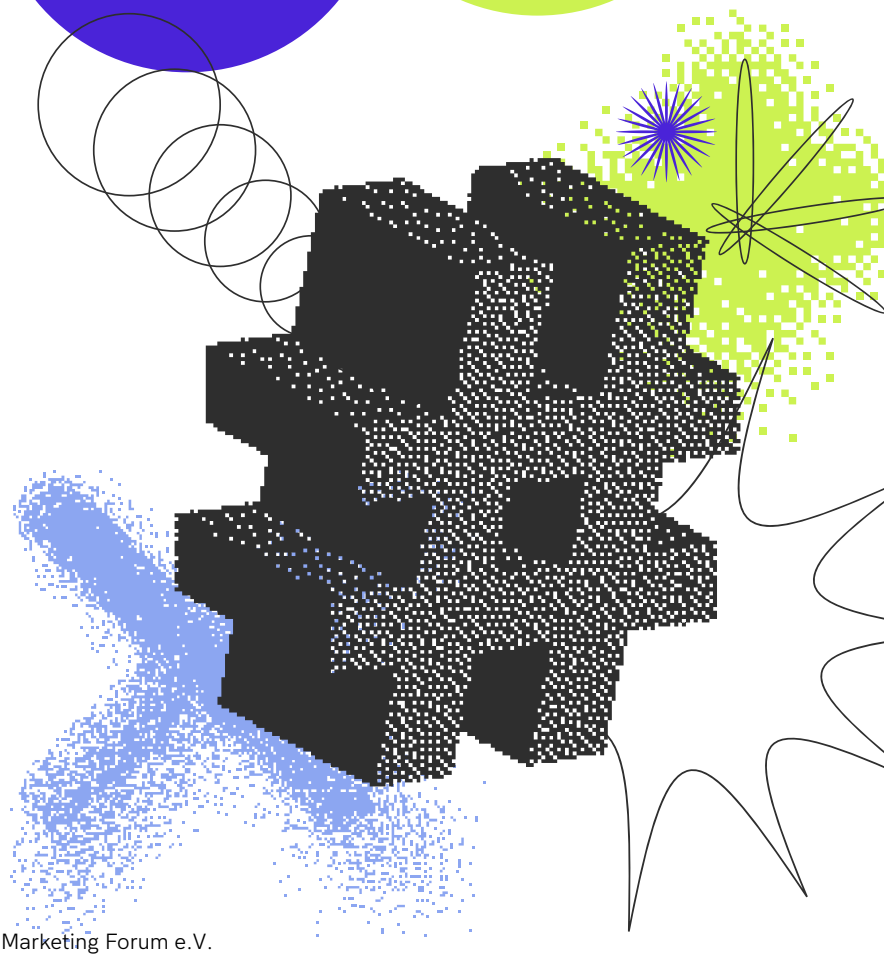
Vielen Dank für Ihr Interesse am Best of Content Marketing Award, BCM! Auf den folgenden Seiten finden Sie alle wichtigen Informationen zu Ihrer Einreichung und zum Wettbewerbsprozedere. Sollten noch Fragen offenbleiben, helfen wir Ihnen gerne weiter!
Schreiben Sie uns an: kontakt@bcm-award.com

# Inhalt


3 Teilnahme & Gewinn
3 Bewertungskriterien
4 Zeitplan für den BCM 2024
5 Hinweise zur Einreichung
7 Teilnahmegebühren
7 Einreichungsprozess
8 Uploads
10 Kategorien
10 Art of Storytelling
12 B2B
13 B2C
14 B2E
15 Change-Kommunikation
16 Finanzkommunikation
17 Kinder und Jugend
18 Nachhaltigkeitskommunikation
19 Nachwuchsarbeit des Jahres
20 Strategie
21 Best of KI
22 Best of Content-Effizienz
23 Best of Print


Gleich anmelden unter bcm-award.com
Früheinreicherphase bis 29.02.2024

... und auf dem Laufenden bleiben mit dem CMF-Newsletter
Jetzt hier anmelden!



**IMPRESSUM**

Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich: Content Marketing Forum e.V.
Planegger Straße 6d, 82152 Planegg;
Telefon: +49 (0) 163 7406921
E-Mail: kontakt@bcm-award.com

Vereinsregistergericht Amtsgericht: München
Vereinsregisternummer: VR 16671, USt-IdNr.: DE 813043090

Design und Layout: FORA Strategy & Communications, Schellinggasse 1, 1010 Wien

# Teilnahme & Gewinn

## Für Ihre Teilnahme erhalten Sie

- die anonyme Bewertung Ihrer Arbeiten durch eine unabhängige Expert:innenjury in Form eines digitalen Teilnahmezertifikats

## Im Fall einer Nominierung erhalten Sie zusätzlich

- pro Gold-Auszeichnung einen BCM-Würfel, zwei gedruckte Urkunden und eine digitale Gewinner:innenpräsentation
- pro Silber-Auszeichnung zwei gedruckte Urkunden
- Für einen Goldgewinn Punkte im Horizont Kreativranking (Bewertungsfaktor II) sowie Punkte in weiteren Branchenrankings

## Ehrungen

- BCM Gold: für die am besten bewertete Arbeit der jeweiligen Kategorie – sofern die vergebene Punktzahl die Vergabe eines Goldpreises rechtfertigt
- BCM Silber: für alle sehr guten Arbeiten
- BCM Grand Prix: Diese Ehrung wird zusätzlich für besonders herausragend bewertete Arbeiten vergeben.
- BCM Sonderpreise: In den „Best of“-Sonderkategorien (Print, KI und Content-Effizienz) werden durch eigene Jurys Goldwürfel vergeben.

## Preisverleihung

- BCM Event: Die Macher:innen ausgewählter, ganz besonderer Cases und Einreichungen, die auf der Shortlist stehen, werden eingeladen ihren Case auf dem BCM-Event im Oktober 2024 zu  präsentieren.

# Bewertungskriterien

Der Juryprozess und die Bewertungskriterien des BCM sind transparent. In der Bewertung stehen die Inhalte und die zu erreichende Zielgruppe im Fokus. Als Bewertung werden zwischen einem und fünf Sternen vergeben.

Die Jurybewertungskriterien für den BCM 2024 stehen auf unserer Website zur Verfügung.

# Zeitplan für den BCM 2024

- **Wettbewerbsstart:** 1. Februar 2024
- **Früheinreicherphase:** bis 29. Februar 2024
- **Teilnahmeschluss:** 30. April 2024 (keine Verlängerung!)
- **Jurysitzungen:** 14., 15. und 16. Mai 2024
- **Veröffentlichung der Shortlist:** 18. Juni 2024
- **Best of Content Marketing. Das Event – mit Preisverleihung:** Oktober 2024
- **Veröffentlichung der Shortlist mit den Goldpreisträgern:** im Anschluss an das Event
- **Versand der BCM Urkunden:** November 2024
- **Versand des Teilnahmezertifikats mit Jury-Feedback:** November 2024

# Hinweise zur Einreichung

## Welche Projekte können eingereicht werden?

Der BCM ist offen für alle Arbeiten, die der Disziplin „Content Marketing“ zugerechnet werden können – unabhängig vom Veröffentlichungsmedium. Dazu gehören alle Arbeiten aus Marketing und Unternehmenskommunikation, die einen inhaltlichen Kern haben und nicht rein werblich sind. Sie sollten über eine signifikante und für das Medium angemessene Menge an Content verfügen, dessen Inhalt über Produktbotschaften hinausgeht und der als solcher qualitativ bewertet werden kann. Dabei muss es sich nicht um Textinhalt handeln – auch Bilder, Designs und Layouts können Content sein!

Die Teilnahmebedingungen für den BCM 2024 stehen auf unserer Website zur Verfügung.

## Zeitraum der Veröffentlichung

Die Einreichung muss im Zeitraum März 2023 bis April 2024 veröffentlicht worden sein.

## Einreichung

Es ist wichtig, dass Sie alle Fragen im Einreichformular **so ausführlich wie nötig und so kurz wie möglich** beantworten. Wenn wichtige Angaben fehlen, kann die Jury keine Bewertung abgeben.
**Tipp:** Lesen Sie sich im Vorfeld die Bewertungskriterien genau durch!

## Mehrfacheinreichung

Gerne dürfen Projekte in mehreren Kategorien eingereicht werden.

## URLs

Bitte sorgen Sie dafür, dass alle URLs korrekt sind, mind. bis zur Preisverleihung im Oktober 2024 funktionieren und, dass **alle benötigten** Zugänge und Passwörter bekannt gegeben werden.

## Analoge Zusendungen

Bitte alle physischen Einreichungen in zweifacher Ausführung an folgende Adresse senden:
Content Marketing Forum e.V.
Stichwort: BCM 2024
Ostpreußenstr. 7
DE-82140 Olching

## Rücksendung

Eine Rücksendung der physischen Einreichungen im Anschluss an den Wettbewerb ist nur möglich, wenn Sie Ihrer Sendung bereits einen frankierten Paketschein beilegen.

## Ansprechpartner:innen

Der/die Einreicher:in registriert sich bei uns im BCM-Portal und legt seine/ihre Projekte/Einreichungen an. Bei dieser Person muss es sich um die Hauptansprechperson für den Wettbewerb handeln, über welche die gesamte E-Mail Kommunikation zwischen dem BCM-Team und dem einreichenden Unternehmen/Agentur läuft. Zusätzlich kann für jede Einreichung individuell ein:e **Projektverantwortliche:r** angegeben werden. Sollte sich im Laufe des Wettbewerbs eine Person ändern, bitten wir Sie, das BCM-Team darüber zu informieren.

## Shortlist- und Urkundendaten

Die Urkundendaten werden bereits bei der Einreichung im System von Ihnen eingepflegt und können im Nachgang nicht mehr geändert werden.

## Shortlist- und Gewinnerpräsentation

Für die digitale Shortlist- und Gewinnerpräsentation (siehe https://shortlist2023.bcm-award.com) nutzen wir die im Einreichformular eingegebenen Informationen. Sollten Informationen aus dem Formular nicht zur Veröffentlichung freigegeben sein, informieren Sie uns bitte vor Ende des Einreichzeitraums darüber.

## FAQ

Laufend aktualisierte FAQ finden Sie unter: www.bcm-award.com/faqs/

# Teilnahmegebühren

| Anzahl der Einreichungen** | Früheinreicherphase 01.02.2024 – 29.02.2024 | Normalpreis 01.03.2024 - 30.04.2024 |
|---|---|---|
| 1 bis 3 | 390,- Euro pro Einreichung* | 450,- Euro pro Einreichung* |
| 4 bis 10 | 365,- Euro pro Einreichung* | 425,- Euro pro Einreichung* |
| mehr als 10 | 325,- Euro pro Einreichung* | 350,- Euro pro Einreichung* |

Mitglieder des CMF und BCM-Partner erhalten eine Einreichung kostenfrei sowie einen Teilnahmerabatt von 10 Prozent.

Bei einer Nominierung fallen **keine** weiteren Kosten an.

* zzgl. MwSt./pro Einreichung
** Die Preise beziehen sich auf je eine abgeschlossene Einreichung

## Hinweis zur Früheinreicherphase

Nur Einreichungen, die **innerhalb der Früheinreicherphase (bis 29.2.2024) abgeschlossen wurden**, zählen als Früheinreichungen und werden rabattiert abgerechnet. Das alleinige Anlegen der Einreichung in diesem Zeitraum reicht nicht aus!
Der vergünstigte Früheinreicherpreis wird automatisch bei der Rechnungsanforderung **nach Abschluss aller Einreichungen** eines Einreichers berücksichtigt.

# Einreichungsprozess

1. Auf www.bcm-award.com ganz unverbindlich ein Bewerbungsprofil anlegen
2. Einreichungen zum BCM 2024 online anlegen
3. Einreichung komplett ausfüllen, Urkundendaten eintragen und alle benötigten/geforderten Dateien hochladen
4. Bei Print-Einreichungen schicken Sie uns bitte je zwei Exemplare an die CMF Geschäftsstelle:
   Content Marketing Forum e.V.
   Stichwort: BCM 2024
   Ostpreußenstr. 7
   DE-82140 Olching
5. Die Einreichung unbedingt durch Klick auf den Button „Einreichen“ **abschließen**
6. Nach Abschluss **aller** Einreichungen die **Rechnung anfordern**

# Uploads

## Einreichungsobjekt

Bei jeder Einreichung ist der Upload des eingereichten Objekts Pflicht – egal, ob es sich um einen Film, ein Audio, das Ansichts-PDF einer Printeinreichung (gern als blätterbares PDF) oder die Präsentation einer Strategie handelt. Bei Websites und anderen digitalen Projekten, bei denen die URL das Einreichungsobjekt darstellt, reicht es, ein Visual hochzuladen und die URL der Einreichung in das dafür vorgesehene Feld einzutragen. Sollten Zugangsdaten benötigt werden, vergessen Sie bitte nicht, diese im Rahmen der Beantwortung der Einreichfragen mit anzugeben!
Bei Kampagnen oder Projekten mit seriellem Charakter kann das kreative Herzstück der Kampagne oder alternativ eine Präsentation mit den wichtigsten Assets hochgeladen werden – die Assets selbst können unter Zusatzuploads ergänzend zur Verfügung gestellt werden.

## Hinweise zu den URLs in Einreichungen

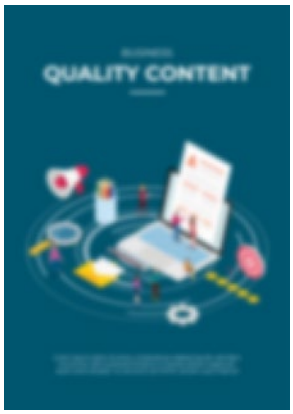
- Die URL muss mindestens bis **Ende Juni 2024 aktiv sein**
- Login-Daten für passwortgeschützte Seiten müssen mitgeliefert werden **(Benutzer und Passwort)**

## Cover/Keyvisual

Das in jeder Kategorie obligatorische Cover/Keyvisual wird im Fall einer Nominierung zu Präsentationszwecken z. B. beim BCM-Event genutzt. Es ist kein Bestandteil der Jurierung und wird nicht physisch eingesandt.
**JPEG, RGB, mind. 3000 Pixel auf der längeren Bildkante**

So bitte nicht …

(schief) gescannt



schlechte Qualität

abfotografiert

## Hinweis zu den Ansichts-PDFs von Printeinreichungen

Die Ansichts-pdfs sind ausschlaggebend in der Jurierung! Die haptischen Exemplare liegen nur den Modertor:innen der Jurygruppen sowie der Jury für den Sonderpreis „Best of Print“ vor.

## Zusatzuploads

Unter „Zusatzuploads“ haben Sie im Portal die Möglichkeit, eine Präsentation, einen Casefilm, zusätzliche Assets eines Projekts, weitere Ausgaben eines Magazins etc. hochzuladen. Bitte bedenken Sie: Die Zeit der Juror:innen ist begrenzt - bitte überfrachten Sie die Einreichung nicht mit zu vielen Dateien!
Möchten Sie Ihre Einreichung auch für den „Best of KI – präsentiert von disruptive“ oder den „Best of Content-Effizienz“ einreichen, dann laden Sie bitte ggf. benötigtes Material dazu ebenfalls hier hoch und nennen Sie die Datei „Best of KI“ bzw. „Best of Content-Effizienz“

# Kategorien

Der BCM 2024 bietet zehn Hauptkategorien für Ihre Einreichungen an: Art of Storytelling, B2B, B2C, B2E, Change-Kommunikation, Finanzkommunikation, Kinder & Jugend, Nachhaltigkeitskommunikation, Nachwuchsarbeit des Jahres und Strategie. Die wichtigsten Informationen zu Ihrer Einreichung geben Sie direkt im Einreichportal in die Formularfelder ein. Die Fragen, die wir Ihnen dabei stellen, finden Sie in der folgenden Kategorienliste.

## Art of Storytelling ↓

| Unterkategorien | Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|---|
| Data-driven-Visualization/ Infografik | Diese Kategorie ist offen für alle Einzelbeiträge, deren Inhalt auf der Aggregation und Darstellung von Daten beruht. Dazu gehören Infografiken ebenso wie filmische und andere animierte Datenvisualisierungen.<br>Im Fokus der Bewertung stehen der kreative Umgang mit der Datengrundlage und der Storytelling-Ansatz zur Vermittlung ihres Inhalts. | › Was ist die Grundidee der Arbeit?<br>› Was ist die Datengrundlage? Wie wurden die Daten ermittelt? Was ist die Datenquelle?<br>› Welches Format wurde für die Umsetzung gewählt und warum?<br>› Welche Zielgruppe wurde angesprochen?<br>› Was sind die gestalterischen/handwerklichen/inhaltlichen Besonderheiten? |
| Film | Diese Kategorie ist offen für alle von Unternehmen/Institutionen herausgegebenen Filme, die auf einem Storytelling-Ansatz basieren.<br>Im Fokus der Bewertung stehen die Originalität sowie die filmische Qualität des Beitrags. | › Was ist die Grundidee des Films?<br>› Warum wurde der Film als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?<br>› Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es (z. B. Perspektivwechsel)? |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

| Unterkategorien | Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|---|
| Reportage (medienunabhängig) | Diese Kategorie ist offen für alle Einzelbeiträge, die die journalistischen Kriterien einer Reportage erfüllen – unabhängig davon in welchem Medium oder Format sie erschienen sind (Film, Bild, Text, Audio …) – und die in Beziehung zum herausgebenden Unternehmen und zur Marke stehen. Im Fokus der Bewertung stehen die journalistische Qualität und der Storytelling-Ansatz zur Vermittlung des Inhalts. | › Was ist die Grundidee der Reportage?<br>› Warum wurde die Reportage als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?<br>› Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es (z. B. Perspektivwechsel)? |
| Bild, Illustration & Design | Diese Kategorie ist offen für alle visuellen Darstellungen (Cover, Fotostrecken, Illustrationen, Animation o. ä.) und Gestaltungen (Layout, Design), die auf einem Storytelling-Ansatz basieren – unabhängig davon, ob sie digital, gedruckt, statisch oder animiert sind. Im Fokus der Bewertung stehen die gestalterische Kreativität und der Storytelling-Ansatz zur Vermittlung einer Botschaft. | › Was ist die Grundidee des/r Bildes/r, der Illustration oder des Designs?<br>› Warum wurde die vorliegende Darstellungsform als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?<br>› Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es (z. B. Perspektivwechsel)<br>› Beschreiben Sie den Kontext der Arbeit: Wie und wo wurde/n das/die Bild/er, die Illustration oder das Design eingebettet? |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten

# Kategorien (Fortsetzung)

## B2B ↓

| Unterkategorien | Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|---|
| › Automobil<br>› Bauen & Wohnen<br>› Dienstleistung/Beratung<br>› Energie<br>› Finanzen/Versicherungen<br>› Gesundheitswesen<br>› Handel<br>› Industrie<br>› IT/Telekommunikation<br>› Medien/Entertainment/ Kultur<br>› Politik/Institutionen/ Verbände/Forschung/ Non Profit<br>› Pharma/Chemie<br>› Verkehr & Logistik/ Tourismus | Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an eine B2B-Zielgruppe in der jeweiligen Branche wenden – egal ob Magazin, Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event … Die Einsortierung in die Branche orientiert sich rein **an der Zielgruppe, nicht zwangsläufig an der Branche** des herausgebenden Unternehmens!<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die gesteckten Ziele bei der angesprochenen Zielgruppe zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## B2C ↓

| Unterkategorien | Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|---|
| › DIY/Haus&Garten/ Wohnen<br>› Energie<br>› Essen/Trinken/Genuss<br>› Finanzen/Versicherung/ Steuern/Recht<br>› Freizeit/Spiele/Gaming/ Sport<br>› Gesellschaft/Umwelt/ Soziales/Non-Profit<br>› Gesundheit/Pflege/Fitness<br>› Kommunikation/IT/Medien<br>› Kultur/Entertainment<br>› Lernen/Weiterbildung/ Erziehung<br>› Lifestyle/Mode/Beauty<br>› Mobilität/Verkehr<br>› Tourismus/Reisen | Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an eine B2C-Zielgruppe im Themenfeld der jeweiligen Unterkategorie wenden – egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event … Die Einsortierung in ein Themenfeld orientiert sich rein **am Inhalt der Maßnahme, nicht an der Branche** des herausgebenden Unternehmens!<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die gesteckten Ziele bei der angesprochenen Zielgruppe zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## B2E ↓

| Unterkategorien | Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|---|
| › extern<br>› intern Einzelmaßnahmen/ Kampagnen<br>› intern Regelkommunikation | Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an eine B2E-Zielgruppe intern (Mitarbeitendenkommunikation)/extern (Arbeitgebermarke) wenden – egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event …<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die gesteckten Ziele bei der angesprochenen Zielgruppe zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## Change-Kommunikation ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die Veränderungsprozesse von und in Unternehmen begleiten – egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event …<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe im Change-Prozess zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt. |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten

# Kategorien (Fortsetzung)

## Finanzkommunikation ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die die Finanzen des herausgebenden Unternehmens<br>als zentrales Thema haben – Geschäftsberichte in jeder Form, Investorenplattformen und -events etc.<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt. |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## Kinder und Jugend ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an Kinder und/oder Jugendliche wenden – egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event …<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die gesteckten Ziele bei der angesprochenen Zielgruppe zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt. |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## Nachhaltigkeitskommunikation ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die Nachhaltigkeit als zentrales Thema haben. Dies kann von der Nachhaltigkeitswebsite über den Magazinteil eines Nachhaltigkeitsberichts bis hin zu Nachhaltigkeits-Kampagnen jeder Art reichen.<br>Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe zum Thema Nachhaltigkeit zu erreichen. | › Was ist die Grundidee/der Grundgedanke der Arbeit?<br>› Wer ist die Zielgruppe?<br>› Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?<br>› Welche Medien/Touchpoints/Maßnahmen wurden dafür ausgewählt und warum?<br>› Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?<br>› Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf auf Besonderheiten hin!)<br>› Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt. |
| Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben/Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren. | |

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## Nachwuchsarbeit des Jahres ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| In der Kategorie Nachwuchsarbeit des Jahres werden inhaltsgetriebene Kommunikationsmaßnahmen ausgezeichnet, die entweder von Studierenden oder von Berufseinsteiger:innen (unter 30 Jahre alt oder unter zwei Jahre Berufserfahrung) maßgeblich erdacht, konzipiert und/oder umgesetzt wurden.<br>Im Fokus der Bewertung steht die Leistung der/s Junior:in/Student:in zur erfolgreichen Umsetzung des Projekts. | › Worum ging es in dem Projekt, was waren die Ziele und Herausforderungen?<br>› Welche Aufgaben/Rolle hat der/die Junior:in/Student:in im Projekt übernommen?<br>› Warum war die Leistung des young talents auszeichnungswürdig? |

**Möglichkeiten einzureichen**

› Einreichung nur in dieser Kategorie: **Für Student:innen (mit Nachweis) ist die Einreichung kostenfrei,** für Agenturen und Unternehmen fallen die gleichen Kosten an wie für alle anderen Kategorien.

› Einreichung zusätzlich zur Einreichung derselben Maßnahme in einer anderen Kategorie. **Als Zusatzeinreichung ist die Nachwuchsarbeit des Jahres kostenfrei.**

weitere Kategorien auf den Folgeseiten ↓

# Kategorien (Fortsetzung)

## Strategie ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| Die Kategorie Strategie ist offen für sämtliche strategischen Ausarbeitungen zum Thema Content Marketing und deren Operationalisierung (Content Operations).<br>Im Fokus der Bewertung steht eine intelligente Verzahnung von Zielgruppen-, Markt- und Marken-Insights, die zu erfolgreichen einzelnen Content-Programmen geführt haben oder zu einer effektiven Operationalisierung von Content Marketing im Ganzen – sei es organisatorisch mit einem Newsroom-Modell, Modellen agiler Zusammenarbeit oder mit klassischen Redaktions- und Kommunikationsplänen, sei es in der Distribution durch organische Reichweite oder paid media, sei es durch den orchestrierten Einsatz eines oder mehrerer Tools. | › Auf welches Marktumfeld/welche Insights und welche Zielgruppen ist die Strategie ausgerichtet?<br>› Welche Ziele (KPIs) sollen erreicht/optimiert und wie sollen sie gemessen werden?<br>› Wie sorgen die Strategie und ihre Operationalisierung (z. B. Themenarchitektur, Content-Planung) dafür, die gesetzten KPIs nachhaltig und effizient zu erreichen?<br>› Wie erfolgt die Implementierung der Strategie (Prozesse, Tools, Organisationsformen)?<br>› Wie korrelieren die strategischen Überlegungen mit der Strategie des Unternehmens und der Marke? |

# Kategorien (Fortsetzung)

## Best of KI ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| In der Kategorie Best of KI werden inhaltsgetriebene Kommunikationsmaßnahmen ausgezeichnet, die mithilfe von generativer KI umgesetzt wurden. Darunter fallen Chatbots (z. B. ChatGPT), Bild-, Audio- und Video-KI ebenso wie Tools der generativen KI zur Projektsteuerung. Im Fokus der Bewertung steht der sinnvolle Einsatz von KI zur erfolgreichen Umsetzung des Projekts. Eine Einreichung in dieser Kategorie kann nicht direkt erfolgen, sondern ist nur zusätzlich zu einer anderen Einreichung möglich. Die Möglichkeit zum Anlegen der Einreichung finden Sie direkt im Einreichformular Ihrer gewählten Einreichkategorie.<br><br>**Die zusätzliche Einreichung für den Best of KI ist kostenfrei.** | › Welche Aufgaben/Rolle hat die generative KI im Projekt übernommen? Mit welchem Impact?<br>› Welche(s) Tool(s) kam/en zum Einsatz? Ergänzen Sie gerne eine kurze Begründung für die Toolauswahl.<br>› Welche Herausforderungen und Grenzen haben sich in der Arbeit mit der KI gezeigt?<br>› Warum war die Leistung auszeichnungswürdig? |

# Kategorien (Fortsetzung)

## Best of Content-Effizienz ↓

| Beschreibung | Zu beantwortende Fragen im Einreichformular |
|---|---|
| In der Kategorie Best of Content-Effizienz werden inhaltsgetriebene Kommunikationsmaßnahmen ausgezeichnet, die sich durch die besonders effiziente Produktion und/oder Nutzung des Contents und der Assets auszeichnen.<br>Im Fokus der Bewertung stehen die Prozesse, Tools und Maßnahmen zur effizienten Content-Produktion und/oder -Nutzung.<br>Eine Einreichung in dieser Kategorie kann nicht direkt erfolgen, sondern ist nur zusätzlich zu einer anderen Einreichung möglich. Die Möglichkeit zum Anlegen der Einreichung finden Sie direkt im Einreichformular Ihrer gewählten Einreichkategorie.<br><br>**Die zusätzliche Einreichung für den Best of Content-Effizienz ist kostenfrei.** | › Inwiefern zeichnet sich dieses Projekt durch eine hohe Effizienz aus? (z. B. Time-to-market, Prozesse, Budget-Ergebnis-Relation, Distribution, Mediennutzung, Automatisierung…)<br>› Inwieweit haben Daten eine Rolle gespielt, um maximale Effizienz zu erreichen? Welche Daten waren dies?<br>› Was war ausschlaggebend für die Erreichung der hohen Effizienz? (z. B. Struktur des Teams, Einbindung des Kunden, Skills der Mitarbeiter, Nutzung von Tools …)<br>› Warum war die Leistung auszeichnungswürdig? Gibt es einen Vergleich zu Vorgänger-/Benchmark-Projekten? |

# Kategorien (Fortsetzung)

## Best of Print ↓

| Beschreibung | |
|---|---|
| Als „Best of Print“ können Print-Projekte aus allen Kategorien des Wettbewerbs ausgezeichnet werden, wenn sie im Zusammenspiel von haptischer Umsetzung, Gestaltung und Inhalt herausragend sind. | Für den Sonderpreis Best of Print ist keine gesonderte Einreichung erforderlich.<br>Der Preis wird von einer eigenen Jury aus allen eingesandten Printeinreichungen vergeben. |

bcm best of content marketing 2024

# Danke für Ihre Einreichungen!

Gerne beantworten wir Ihre Fragen
kontakt@bcm-award.com