

# Best of Content & Marketing 2026

Kategorien & Einreichfragen

# Kategorien

Der BCM-Award 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!

In vielen Kategorien erfolgt eine Aufteilung in **Regelkommunikation und Einzelmaßnahmen / Kampagnen**.

Bei periodisch erscheinenden Medien (Magazinen, Podcasts etc.) können gerne mehrere Ausgaben / Folgen eingereicht werden, um die dauerhafte Qualität und Langfristigkeit der Maßnahme zu demonstrieren.

## Übersicht:

- Coaching / Trainings / Weiterbildung / Weiterentwicklung
- Essen / Trinken / Genuss
- Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht / Beratung
- Freizeit / Spiele / Gaming / Sport
- Gesellschaft / Umwelt / Soziales / Non-Profit
- Gesundheit & Medizin / Pflege / Fitness
- Haus & Garten / Bauen / Wohnen / Energie / DIY
- Kultur / Entertainment / Medien
- Lernen / Erziehung
- Lifestyle / Mode
- Logistik / Transport
- Mobilität / Automobil
- Telekommunikation / IT
- Tourismus / Reisen
- Wissenschaft & Forschung / Innovation
- Art of Storytelling
  - Bild, Illustration & Design
  - Data-driven-Visualization / Infografik
  - Doku
  - Film
  - Tech-driven Storytelling
- Change-Kommunikation
- Content Operations / Newsroom
- Interne Kommunikation & Employer Branding
- Kinder & Jugend
- Nachhaltigkeit & CSR
- Reporting
- Strategie
- Young Talents
- Sonderpreis: Best of efficient Creation Excellence

## Kategorien nach Themenfeldern:

Diese Kategorien sind offen für alle **inhaltsgtriebenen** Kommunikationsmaßnahmen, die sich an Interessierte am jeweiligen Themenfeld / Interessensgebiet wenden - egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event ...

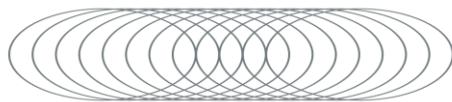
Die Einsortierung in ein Themenfeld orientiert sich rein am **Inhalt** der Maßnahme, **nicht** an der Branche des herausgebenden Unternehmens!

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.

- Coaching / Trainings / Weiterbildung / Weiterentwicklung
- Essen / Trinken / Genuss
- Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht / Beratung
- Freizeit / Spiele / Gaming / Sport
- Gesellschaft / Umwelt / Soziales / Non-Profit
- Gesundheit & Medizin / Pflege / Fitness
- Haus & Garten / Bauen / Wohnen / Energie / DIY
- Kultur / Entertainment / Medien
- Lernen / Erziehung
- Lifestyle / Mode
- Logistik / Transport
- Mobilität / Automobil
- Telekommunikation / IT
- Tourismus / Reisen
- Wissenschaft & Forschung / Innovation

Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt



## Art of Storytelling

**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.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee des/r Bildes/r, der Illustration oder des Designs?
  - Warum wurde die vorliegende Darstellungsform als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?
  - Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es (z.B. Perspektivwechsel)
  - Beschreiben Sie den Kontext der Arbeit: Wie und wo wurde/n das/die Bild/er, die Illustration oder das Design eingebettet?
- 

**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 Datavisualisierungen.

Im Fokus der Bewertung stehen der kreative Umgang mit der Datengrundlage und der Storytelling-Ansatz zur Vermittlung ihres Inhalts.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee der Arbeit?
- Was ist die Datengrundlage? Wie wurden die Daten ermittelt? Was ist die Datenquelle?
- Welches Format wurde für die Umsetzung gewählt und warum?
- Welche Zielgruppe wurde angesprochen?
- Was sind die gestalterischen / handwerklichen / inhaltlichen Besonderheiten?

## Art of Storytelling

**Doku:** Diese Kategorie ist offen für alle dokumentarischen Formate, die in Beziehung zum herausgebenden Unternehmen und zur Marke stehen – unabhängig davon in welchem Medium oder Format sie erschienen sind (Film, Bild, Text, Audio ...). Das können klassische Reportagen, Livestreams mit dokumentarischem Charakter, Dokuserien oder ähnliches sein.

Im Fokus der Bewertung stehen die journalistische Qualität und der Storytelling-Ansatz zur Vermittlung des Inhalts

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee der Dokumentation?
  - Warum wurde die Doku als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?
  - Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es?
- 

**Film:** Diese Kategorie ist offen für alle von Unternehmen/Institutionen herausgegebenen Filme, die auf einem Storytelling-Ansatz basieren.

Im Fokus der Bewertung stehen die Originalität sowie die filmische Qualität des Beitrags

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee des Films?
- Warum wurde der Film als Format gewählt und wer soll damit angesprochen werden (Zielgruppe)?
- Welche handwerklich-technischen und/oder konzeptionell-kreativen Besonderheiten gibt es (z.B. Perspektivwechsel)?

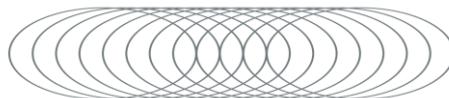
## Art of Storytelling

**Tech-driven Storytelling:** Diese Kategorie ist offen für alle Storytelling-Formate, deren Umsetzung maßgeblich durch die Nutzung innovativer Technologien wie GenAI oder Virtual Reality getrieben ist.

Im Fokus der Bewertung steht der sinnvolle Einsatz der Technologie als Instrument/Enabler des Storytellings.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee der Arbeit / des Storytellings?
- Welche Technologie wurde zur Umsetzung eingesetzt und warum?
- Welches Format wurde für die Umsetzung gewählt und warum?
- Welche Zielgruppe wurde angesprochen?
- Was sind die technologischen und inhaltlichen Besonderheiten? Warum ist die Arbeit auszeichnungswürdig in dieser Kategorie?



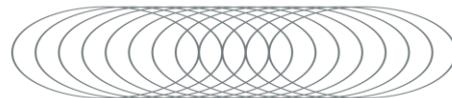
## Change-Kommunikation

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 ...

Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe im Change-Prozess zu erreichen

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt

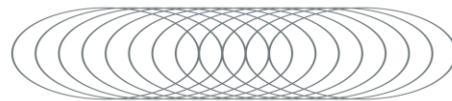


## Content Operations / Newsroom

Die Kategorie Content Operations ist offen für alle Ausarbeitungen, die die effektive Operationalisierung von Content Marketing darlegen – 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.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die strategische Basis für die Content Operations / den Newsroom (Rollen, Verantwortlichkeiten, Einbettung in die Kommunikationsorganisation)?
- Welche Zielgruppen sollen über welche Kanäle und Formate erreicht werden?
- Welche Ziele (KPIs) sollen erreicht/optimiert und wie sollen sie gemessen werden?
- Wie sorgt die Operationalisierung der zugrunde liegenden Strategie (z.B. Themenarchitektur, Content-Planung) dafür, die gesetzten KPIs nachhaltig und effizient zu erreichen?
- Mit welchen Tools und Organisationsformen wurden die Prozesse der Content Operations / des Newsrooms aufgesetzt?
- Beschreiben Sie die Prozesse der Content Operations / des Newsrooms



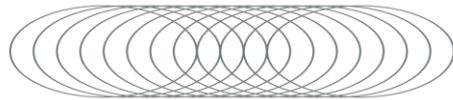
## Interne Kommunikation & Employer Branding

Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an eine Unternehmens-interne (Mitarbeitendenkommunikation) oder externe B2E-Zielgruppe (Arbeitgebermarke) wenden – egal ob Magazin(e), Podcast, Kampagne, Film, Content Plattform, Event ...

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

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt



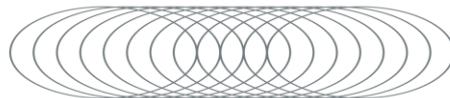
## Kinder & Jugend

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 ...

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

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt



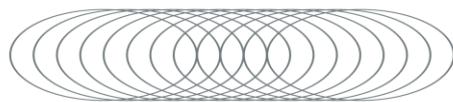
## Nachhaltigkeit & CSR

Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die Nachhaltigkeit, nachhaltiges, zukunftsfähiges Wirtschaften und Corporate Social Responsibility als zentrales Thema haben. Dies kann von der Nachhaltigkeitswebsite über den Magazinteil eines Nachhaltigkeitsberichts bis hin zu Nachhaltigkeits-Kampagnen jeder Art reichen

Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe mit den Nachhaltigkeitsthemen zu erreichen

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt



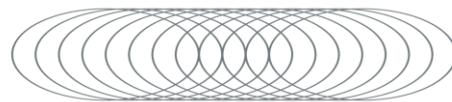
## Reporting

Diese Kategorie ist offen für alle Geschäftsberichte – egal über welches Medium sie publiziert werden

Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe zu erreichen

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Was ist die Grundidee / der Grundgedanke der Arbeit?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche Medien / Touchpoints / Maßnahmen wurde dafür ausgewählt und warum?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum die Arbeit zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt

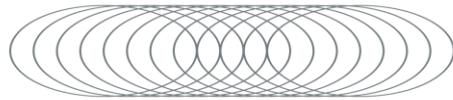


## Strategie

Die Kategorie Strategie ist offen für sämtliche strategischen Ausarbeitungen zum Thema Content Marketing. Im Fokus der Bewertung steht eine intelligente Verzahnung von Zielgruppen-, Markt- und Marken-Insights, die zu erfolgreichen einzelnen Content-Programmen geführt hat.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Auf welches Marktumfeld / welche Insights und welche Zielgruppen ist die Strategie ausgerichtet?
- Welche Ziele (KPIs) sollen erreicht/optimiert und wie sollen sie gemessen werden?
- Wie sorgen die Strategie und ihre Operationalisierung (z.B. Themenarchitektur, Content-Planung) dafür, die gesetzten KPIs nachhaltig und effizient zu erreichen?
- Wie erfolgt die Implementierung der Strategie (Prozesse, Tools, Organisationsformen)?
- Wie korrelieren die strategischen Überlegungen mit der Strategie des Unternehmens und der Marke?



## Young Talents

In der Kategorie Young Talents 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.

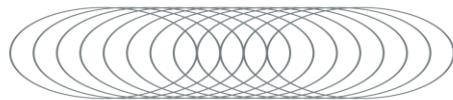
**Es gibt zwei Möglichkeiten in dieser Kategorie einzureichen:**

- 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 Einreichung bei „Young Talents“ kostenfrei

Im Fokus der Bewertung steht die Leistung der/s Junior:in / Student:in zur erfolgreichen Umsetzung des Projekts

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Worum ging es in dem Projekt, was waren die Ziele und Herausforderungen?
- Welche Aufgaben / Rolle hat das Young Talent im Projekt übernommen?
- Warum war die Leistung des Young Talents auszeichnungswürdig?



## Sonderpreis: Best of efficient Creation Excellence

In dieser Sonderpreis-Kategorie werden Kommunikationsmaßnahmen ausgezeichnet, die durch eine besonders innovative, effiziente und optimierte Entwicklung von kreativ exzellentem Content und Assets überzeugen.

Im Fokus der Bewertung stehen die Prozesse, Tools und Methoden, die eine durchdachte und ressourcenschonende Entwicklung ermöglichen – von der Ideenfindung über die kreative Ausarbeitung bis hin zur finalen Erstellung der Inhalte.

**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. Für die zusätzliche Einreichung für den Best of efficient Creation Excellence wird eine Bearbeitungsgebühr von 99 Euro erhoben.

**Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:**

- Inwiefern zeichnet sich die Kreativarbeit/Contenterstellung in diesem Projekt durch eine hohe Effizienz aus? (z.B. Time-to-market, Prozesse, Budget-Ergebnis-Relation, Automatisierung ...)
- Beschreiben Sie, wie die Prozesse / das Vorgehen im Projekt im Vergleich zu früheren Projekten / früheren Arbeitsschritten optimiert wurde(n)
- Inwieweit hat die Nutzung von Daten eine Rolle gespielt, um maximale Effizienz zu erreichen? Welche Daten waren dies?
- Was war ausschlaggebend für die Erreichung der hohen Effizienz? (z.B. Struktur / Kollaboration des Teams, Einbindung des Kunden, Skills der Mitarbeiter, Nutzung von Tools...)
- Warum war die Leistung auszeichnungswürdig? Was war die Veränderung im Vergleich zu Vorgänger-/Benchmark-Projekten?

