



# Best of Influencer & Content Creators 2026

Kategorien & Einreichfragen

# Kategorien

Der BICC-Award ist offen für alle Arbeiten aus dem **Creator-Marketing**, die über eine signifikante Menge an **nicht-werblichem Content** verfügen – unabhängig davon, ob der Influencer-Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

Die Influencer-Maßnahmen sollten über eine für die genutzte Plattform angemessene Menge an Content verfügen, dessen Inhalt über Produktbotschaften hinausgeht und der als solcher qualitativ bewertet werden kann.

## Übersicht:

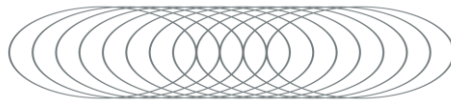
- Gaming
- Comedy / Music
- Gesundheit / Sport / Fitness
- Lifestyle / Fashion / Beauty
- Selfcare & Wellbeing / Realness / Teenie Struggles
- Travel / Vanlife / Wellness
- Umwelt & Klima / Social / Non-Profit / Education
- Science / R&D
- Home & Interior / DIY / Food
- Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht
- Tech / Auto / Motorrad / Boot / Flugzeug / Bahn
- Corporate Influencer
- Employer Branding
- Art of Presentation
- Strategie

# Einreichfragen

Die Einreichfragen sind für **alle Kategorien** gleich – außer **Art of Presentation** und **Strategie**. Die Fragen für diese beiden Kategorien sind bei den entsprechenden Kategorienbeschreibungen am Ende dieses Dokuments zu finden.

## Einreichfragen:

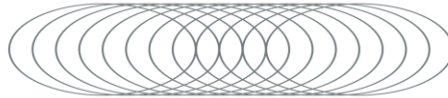
- Was ist die strategische Idee des Projekts? (u.a. Motivation für den Einsatz von Influencer:in/nen, dauerhafte Kooperation oder Einzel-Kampagne, Marktumfeld)
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.; z.B. Reach, Awareness, Consideration, Abverkauf, Loyalty) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche:r Influencer:in/nen und welche/r Channel/s wurde dafür ausgewählt und warum?
- Was ist die inhaltliche/kreative Rolle des/der Influencer:in/nen?
- Warum sind der Inhalt und seine Umsetzung auszeichnungswürdig?
- In welcher Frequenz werden die Inhalte des Auftraggebers in den Channel integriert?
- Welche Resultate wurden erzielt? (Zahlen & Fakten in Korrelation zu den gesetzten Zielen! Reichweite etc., weisen Sie ggf. auf Besonderheiten hin!)
- Beschreiben Sie, warum das Projekt und der/die Influencer:in/nen zur Marke passt und diese glaubwürdig vertritt



## Gaming

Die Kategorie Gaming ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für die Gamer-Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

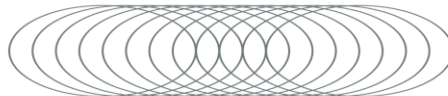
**Beispiel:** Eine Krankenkasse positioniert sich im Bereich mentale Gesundheit in der Gaming-Szene mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Comedy / Music

Die Kategorie Comedy/Music ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Humor- und Musik-affine Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Musik-Label pusht seine Newcomer mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Gesundheit / Sport / Fitness

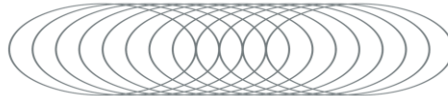
Die Kategorie Gesundheit / Sport / Fitness ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Community gemacht und relevant sind, die sich mit Sport, Fitness und Themen rund um die eigene Gesundheit auseinandersetzt - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Getränkeanbieter bewirbt sein isotonisches Sportgetränk in der Zielgruppe der Marathonläufer mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.

## Lifestyle / Fashion / Beauty

Die Kategorie Lifestyle / Fashion / Beauty ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine im weitesten Sinne Mode-affine Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

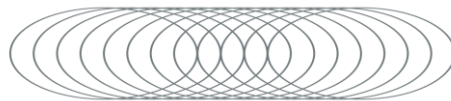
**Beispiel:** Ein Modehändler bewirbt seine neue Sonderkollektion in der Zielgruppe der Mitt-20er mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Selfcare & Wellbeing / Realness / Teenie Struggles

Die Kategorie Selfcare & Wellbeing / Realness / Teenie Struggles ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für die Community gemacht und relevant sind, die sich im weitesten Sinne mit Selbstoptimierung befasst - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Eine Kosmetikfirma bewirbt ihre Akne-Produkte für junge Erwachsene mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Travel / Vanlife / Wellness

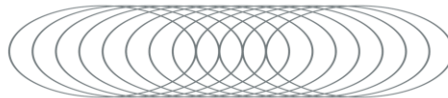
Die Kategorie Travel / Vanlife / Wellness ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Globetrotter-Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Eine Stadt positioniert sich als Reise-Destination mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.

## Umwelt & Klima / Social / Non-Profit / Education

Die Kategorie Umwelt & Klima / Social / Non-Profit / Education ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Community gemacht und relevant sind, die sich mit sozialen, gesellschaftlichen oder Bildungs-Themen auseinandersetzt - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

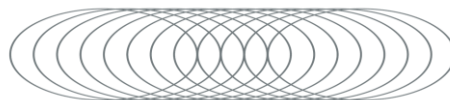
**Beispiel:** Eine Stiftung bewirbt ihr Stipendienprogramm bei Studierenden mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Science / R&D

Die Kategorie Science / R&D ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Community gemacht und relevant sind, die sich mit Wissenschaft, Research and Development auseinandersetzt - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Start-up positioniert seine Errungenschaften in der Laser-Technologie mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Home & Interior / DIY / Food

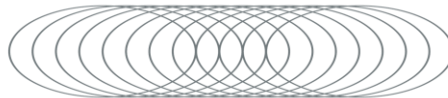
Die Kategorie Home & Interior / DIY / Food ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für die Community gemacht und relevant sind, die sich mit Themen rund um Haus, Garten und Kochen befasst - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Baumarkt bewirbt seine Gartenmöbel mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.

## Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht

Die Kategorie Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Community gemacht und relevant sind, die sich beruflich oder privat mit Finanzthemen auseinandersetzt - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

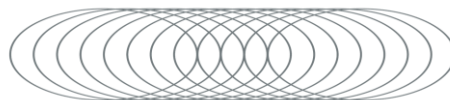
**Beispiel:** Der Anbieter einer Steuer-Software bewirbt seine neue App mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Tech / Auto / Motorrad / Boot / Flugzeug / Bahn

Die Kategorie Tech / Auto / Motorrad / Boot / Flugzeug / Bahn ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Technik - und Mobilitäts-affine Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Anbieter von Tuning-Teilen für Autos platziert seine Special Racing Edition mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Corporate Influencer

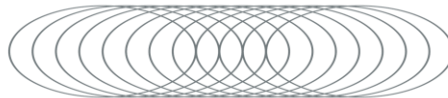
Diese Kategorie ist offen für alle Arbeiten aus dem Creator-Marketing von Unternehmen, die über eine signifikante Menge an nicht-werblichem Content verfügen - unabhängig davon, ob der Influencercontent im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

Unter **Corporate Influencer** verstehen sich dabei Influencer:innen, die als Expert:innen ein Fachthema besetzen und sich über diese fachliche Expertise für ihr und innerhalb ihres Unternehmens positionieren. Die Auftraggeber:in der einzureichenden Arbeiten ist das Unternehmen, bei dem der/die jeweilige Influencer:in angestellt ist.

## Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht

Die Kategorie Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Community gemacht und relevant sind, die sich beruflich oder privat mit Finanzthemen auseinandersetzt - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

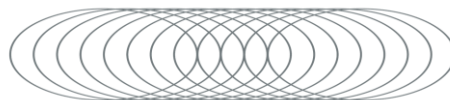
**Beispiel:** Der Anbieter einer Steuer-Software bewirbt seine neue App mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Tech / Auto / Motorrad / Boot / Flugzeug / Bahn

Die Kategorie Tech / Auto / Motorrad / Boot / Flugzeug / Bahn ist offen für alle Arbeiten aus dem Influencer-Marketing, die für eine Technik - und Mobilitäts-affine Community gemacht und relevant sind - unabhängig davon, ob der Content im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

**Beispiel:** Ein Anbieter von Tuning-Teilen für Autos platziert seine Special Racing Edition mit entsprechendem Influencer:innen-Einsatz.



## Corporate Influencer

Diese Kategorie ist offen für alle Arbeiten aus dem Creator-Marketing von Unternehmen, die über eine signifikante Menge an nicht-werblichem Content verfügen - unabhängig davon, ob der Influencercontent im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

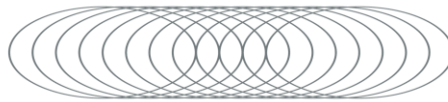
Unter **Corporate Influencer** verstehen sich dabei Influencer:innen, die als Expert:innen ein Fachthema besetzen und sich über diese fachliche Expertise für ihr und innerhalb ihres Unternehmens positionieren. Die Auftraggeber:in der einzureichenden Arbeiten ist das Unternehmen, bei dem der/die jeweilige Influencer:in angestellt ist.



## Employer Branding

Die Employer Branding-Kategorie ist offen für alle Arbeiten aus dem B2E-Influencermarketing, die über eine signifikante Menge an nicht-werblichem Content verfügen – unabhängig davon, ob der Influencercontent im Channel des/der Influencer:in oder auf den Channels des beauftragenden Unternehmens veröffentlicht wurde.

Unter **Employer Branding** sind dabei alle Influencer:innen-Maßnahmen zu verstehen, die intern oder extern die Arbeitgebermarke eines Unternehmens präsentieren. Dabei spielt es keine Rolle, ob der/die Influencer:in selbst im Unternehmen angestellt ist oder von extern hinzugezogen wird.



## Art of Presentation

Diese Kategorie ist offen für alle Content Marketing-Einzelbeiträge eines/r Influencer:in, die durch qualitativ besonders hochwertige Content-Produktion und – Präsentation hervorstechen – sei es durch eine außergewöhnliche Art der Präsentation, die Kamerapräsenz des/der Influencer:in oder besondere technische Ausführungen.

### Einreichfragen:

- Was ist die strategische Idee des Projekts? (u.a. Motivation für den Einsatz von Influencer:in/nen, dauerhafte Kooperation oder Einzel-Kampagne, Marktumfeld)
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche Ziele (Art der Ziele, Dauerhaftigkeit etc.; z.B. Reach, Awareness, Consideration, Abverkauf, Loyalty) sollen bei der Zielgruppe erreicht werden?
- Welche:r Influencer:in/nen und welche/r Channel/s wurde dafür ausgewählt und warum?
- Wie ist der Content-Marketing-Inhalt handwerklich-technisch in den Creator-Channel integriert?
- Wie ist der Content-Marketing-Content inhaltlich-kreativ in den Creator-Channel integriert?
- Was macht den/die ausgewählte:n Creator:in in seiner/ihrer Art der Präsentation und Präsenz besonders?
- Was ist die inhaltliche/kreative Rolle des/der Influencer:in/nen?

# Strategie

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

## Einreichfragen:

- Auf welches Marktumfeld / welche Insights und welche Zielgruppen ist die Influencermarketing- oder Kampagnen-Strategie ausgerichtet?
- Welche Ziele (KPIs, Dauerhaftigkeit etc.; z.B. Reach, Awareness, Consideration, Abverkauf, Loyalty) sollen erreicht/optimiert und wie sollen sie gemessen werden?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Welche:r Influencer:in/nen und welche/r Channel/s wurde dafür ausgewählt und warum?
- Was ist die inhaltliche/kreative Rolle des/der Influencer:in/nen?
- Wie korrelieren die strategischen Überlegungen mit der Strategie des Unternehmens und der Marke?

