

#bcm2024 Kategorien



- Was kann eingereicht werden?
- Kategorienübersicht
- Kategorienbeschreibungen und Einreichfragen

Was kann eingereicht werden?

bcm²

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!

Kategorien 2024

Kategorien – Art of Storytelling

- Data-driven-Visualization / Infografik
- Bild, Illustration & Design
- Film
- Reportage (medienunabhängig)

Kategorien – B2B

- Automobil
- Bauen & Wohnen
- Dienstleistung / Beratung
- Energie
- Finanzen / Versicherungen
- Gesundheitswesen
- Handel
- Industrie
- IT / Telekommunikation
- Medien / Entertainment / Kultur
- Politik / Institutionen / Verbände / Forschung / Non Profit
- Pharma / Chemie
- Verkehr & Logistik / Tourismus

Kategorien – B2C

- DIY / Haus&Garten / Wohnen
- Energie
- Essen / Trinken / Genuss
- Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht
- Freizeit / Spiele / Gaming / Sport
- Gesellschaft / Umwelt / Soziales / Non-Profit
- Gesundheit / Pflege / Fitness
- Kommunikation / IT / Medien
- Kultur / Entertainment
- Lernen / Weiterbildung / Erziehung
- Lifestyle / Mode / Beauty
- Mobilität / Verkehr
- Tourismus / Reisen

Kategorien – B2E

- B2E extern
- B2E intern Einzelmaßnahmen / Kampagnen
- B2E intern Regelkommunikation

Kategorien – weitere

- Change-Kommunikation
- Finanzkommunikation
- Kinder & Jugend
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Nachwuchsarbeit des Jahres
- Strategie

Sonderpreise

- Best of Print
- Best of KI
- Best of Content-Effizienz

Kategorienbeschreibungen /
Einreichfragen

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!

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

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

Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an eine B2C-Zielgruppe im Themenfeld / Interessensgebiet XY 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

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

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

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 ..

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

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

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

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

Diese Kategorie ist offen für alle inhaltsgetriebenen Kommunikationsmaßnahmen, die die Finanzen des herausgebenden Unternehmens als zentrales Thema haben – Geschäftsberichte in jeder Form, Investorenplattformen und –events etc.

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

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

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

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

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

Im Fokus der Bewertung stehen der Inhalt und die Frage, in welchem Maße er geeignet ist, die angesprochene Zielgruppe zum Thema Nachhaltigkeit 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

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

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.

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 Nachwuchsarbeit des Jahres 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 der/die Junior:in / Student:in im Projekt übernommen?
- Warum war die Leistung des young talents ~~herausragend und~~ auszeichnungswürdig?

Die Kategorie Strategie ist offen für sämtliche strategischen Ausarbeitungen zum Thema Content Marketing und deren Operationalisierung (Content Operations).

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.

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?

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

Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:

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

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)?

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?

AoS Data-driven Visualization / Infografik **bcm**

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.

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?

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. Die zusätzliche Einreichung für den Best of KI ist kostenfrei.

Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:

- Welche Aufgaben / Rolle hat die generative KI im Projekt übernommen? Mit welchem Impact?
- Welche(s) Tool(s) kam/en zum Einsatz? Ergänzen Sie gerne eine kurze Begründung für die Toolauswahl.
- Welche Herausforderungen und Grenzen haben sich in der Arbeit mit der KI gezeigt?
- Warum war die Leistung auszeichnungswürdig?

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.

Im Fokus der Bewertung stehen die Prozesse, Tools und Maßnahmen zur effizienten Content-Produktion und/oder -Nutzung. 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. Die zusätzliche Einreichung für den Best of Content-Effizienz ist kostenfrei.

Im Einreichformular werden folgende Fragen gestellt:

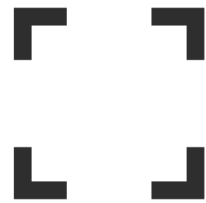
- Inwiefern zeichnet sich dieses Projekt durch eine hohe Effizienz aus? (z.B. Time-to-market, Prozesse, Budget-Ergebnis-Relation, Distribution, Mediennutzung, Automatisierung...)
- Inwieweit hat die Nutzung von Daten eine Rolle gespielt, um maximale Effizienz zu erreichen? Welche Daten waren dies?
- Was war ausschlaggebend für die Erreichung der hohen Effizienz? (z.B. Struktur des Teams, Einbindung des Kunden, Skills der Mitarbeiter, Nutzung von Tools...)
- Warum war die Leistung auszeichnungswürdig? Gibt es einen Vergleich zu Vorgänger-/Benchmark-Projekten?

Best of Print

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. Der Preis wird von einer eigenen Jury aus allen eingesandten Printeinreichungen vergeben.

bcm



Content Marketing Forum e.V.
Planegger Str. 6d
82152 Planegg

Regina Karnapp
Geschäftsführerin

regina.karnapp@content-marketing-forum.com www.content-marketing-forum.com