

Drei Mal Gold für Österreicher bei den Best of Content Marketing Awards

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, FOTO | 17.06.2018

Europas größter Wettbewerb für inhaltsgetriebene Unternehmenskommunikation gastierte in der Aula der Wissenschaften in Wien.



3 von 3 Bildern Lucas Schärf, Christian Schneider, Lilian Sproedt, Kathrin Schuster, Edda Lackinger, Roland Divos und Martin Distl © BCM/Frank May

67 Mal Gold, 183 Mal Silber: Beim Best of Content Marketing (BCM), Europas größtem Event für Content Marketing, sind erstmals in Wien die begehrten BCM-Awards verliehen worden. 67 Preisträger konnten sich über den begehrten BCM-Würfel aus Stahl und Beton freuen. Veranstalter ist das Content Marketing Forum (CMF), der Unternehmensverband der führenden Content-Dienstleister im deutschsprachigen Raum.

Gold für *maxima* vom RG-Verlag

Mit 781 Unternehmensmedien, Mediensystemen, Kampagnen und Einzelbeiträgen unterschiedlicher Medienformen erzielte der Best of Content Marketing 2018 einen neuen Einreicherrekord. Ins Finale schafften es auch drei heimische Projekte. So wurde unter anderem in der Kategorie "Sales" der RG-Verlag für sein Magazin *maxima* ausgezeichnet.

"Dass Content Marketing in der Kommunikation auch in Österreich stetig an Bedeutung gewinnt, zeigt nicht nur die Tatsache, dass der BCM heuer erstmals in Wien stattfand, sondern auch die Shortlist Nominierung von zehn österreichischen Titeln bzw. acht dahinterstehenden österreichischen Agenturen und die wachsende Zahl an Mitgliedern im CMF Österreich. Das ist eine Auszeichnung für Wien, für die Branche und für die qualitativ hochwertigen Arbeiten unseres Verlages", so RG-Verlag-Geschäftsführer Martin Distl.

Mit einem Sonderpreis für Innovationen bedacht wurde die Wiener Content-Schmiede content garden technologies für ihr Projekt "FIAT Dynamic Advertorial Check". Heimat Wien erhielt den Preis in der Kategorie "Customer" für das Magazin *Gardena Passion für Live*. Das Magazin *Frisch* des oberösterreichischen Lebensmittelgroßhändlers Kröswang wurde im Rahmen des Events in die Hall of Fame aufgenommen. Wer den Sprung in die Hall of Fame geschafft hat, wird vom CMF dauerhaft als herausragendes Beispiel für kontinuierliche Qualität in Content Marketing und Corporate Publishing präsentiert.

Größter Award für Unternehmenskommunikation in Europa

"In den vergangenen 15 Jahren hat sich der Wettbewerb zum größten Award für Unternehmenskommunikation in Europa entwickelt", erklärte Andreas Siefke, 1. Vorsitzender des CMF. Über 250 Unternehmen und Agenturen haben sich in diesem Jahr am Best of Content Marketing mit Einreichungen beteiligt. Die Ergebnisse des BCM Awards 2018 fließen erstmals in das Kreativranking der Marketing-Fachzeitung *Horizont* ein.

"Wir freuen uns sehr, dass die BCM-Teilnehmer mit einem Goldaward nun Punkte für das begehrte Ranking sammeln können", so Andreas Siefke weiter. "Für viele Agenturen aus den Bereichen Werbung, PR und Media, deren Beteiligung in den vergangenen Jahren kontinuierlich zunimmt, war dies offenbar eine zusätzliche Motivation für eine Teilnahme am BCM."

Die Kategorien des Best of Content Marketing unterteilen sich in die Bereiche Customer, Internal, Campaign, Sales und Reporting, in denen jeweils nach Zielgruppen, Branchen und Medienformen unterschieden wird. Ausgezeichnet wurden beim BCM 2018 Unternehmensmedien über alle Kanäle und Zielgruppen hinweg: vom Corporate Video über Social-Media-Projekte bis hin zum klassischen Kundenmagazin. Eine der zentralen Kategorien ist der Bereich "Content-Strategy", in den die bisherigen Kategorien Content Impact und Content Distribution integriert wurden. Alle diesjährigen Gewinner finden Sie [hier](#).

Von der KI bis zu Mission to the moon

In Kombination mit der abendlichen Preisverleihung fand tagsüber der internationale BCM-Kongress in der Aula der Wissenschaften in Wien statt. Unter dem Schwerpunktthema "Künstliche Intelligenz im Content Marketing" wurde der Kongress von Pam Didner, einer der bekanntesten Content-Marketing-Expertinnen der USA, mit ihrer Keynote "Humans vs. Machines: Is Content Marketing doomed?" eröffnet.

Auf der Bühne vertreten waren außerdem die österreichische Content-Marketing-Legende Lukas Kircher aus Berlin und Pulitzer-Preisträger Bastian Obermayer von der *Süddeutschen Zeitung* mit den "Panama Papers". Weitere Highlights waren Wolfgang Layr von der Volksbank Wien über "Superadler-Content-Creation" im Sport-Sponsoring, der Vortrag "The Future of AI-driven Marketing" von Iskender Dirik, CEO bei Microsoft ScaleUp, sowie die Präsentation des Projekts "Mission to the Moon" von Ulrich Schwarze (Audi) und Robert Boehme (PTScientists). Bilder vom BCM 2018 finden Sie in unserer [Fotogalerie](#). (as)

www.best-of-content-marketing.com