

Aktuelle Presseinformation

Deutsche Content Marketing Preise 2016 gehen an Allianz, Otto, Sanofi Genzyme und Vodafone

Jury prämiert Content Marketing Projekte, die sich durch besondere Relevanz und Kundenorientierung auszeichnen

Frankfurt, 17. Oktober 2016 – Im Rahmen der Content World Konferenz 2016 wurde heute der Deutsche Content Marketing Preis verliehen. Ausgezeichnet wurden die Content Projekte „Ich zeig‘ dir die Welt von morgen“ von Vodafone, „MS persönlich“ von Sanofi Genzyme, „re:Blog“ von Otto und die Themenwelten-Kundenmagazine der Allianz.

Bereits zum zweiten Mal wurden herausragende Content Marketing Projekte in den Kategorien Content Strategy, Content Creation and Curation, Content Production sowie Content Distribution prämiert. Der Preis wird gemeinsam von der Zeitschrift Absatzwirtschaft, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt und Meedia verliehen.

Sanofi Genzyme erhält Auszeichnung in der Kategorie Content Strategy

In der Kategorie Content Strategy hat die Jury das Projekt „MS persönlich“ von Sanofi Genzyme am meisten überzeugt. Der Blog des Arzneimittelherstellers setzt sich offen mit der Krankheit Multiple Sklerose auseinander. Sechs Bloggerinnen mit MS schreiben über ihre Erfahrungen und den Alltag mit der Erkrankung. Zahlreiche Ratgeber-Videos und Bildstrecken bieten Hilfestellung beim Umgang mit MS. Der Blog ist zu finden unter der Adresse <http://einblick.ms-persoendlich.de/>

Content Creation and Curation: Multichannel-Händler Otto gewinnt mit dem Projekt „re:Blog“

Das Handelshaus Otto setzt im „re:Blog“ auf transparente und zielgruppennahe Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit. In Kooperation mit Bloggern werden vielseitige Geschichten und Ratgeber für einen bewussteren Lebensstil erstellt. Die in verschiedene Rubriken gegliederten Inhalte machen auf Probleme und Chancen im Alltag aufmerksam. <https://www.otto.de/reblog/>

Preis in der Kategorie Content Production geht an Themenwelten-Magazine der Allianz

Die Themenwelten-Kundenmagazine der Allianz zu neun Komplexen wie Pflege, Gesundheit oder Altersvorsorge sowie die Zielgruppen-Specials für Frauen, Familien und Berufseinsteiger haben die Jury des Deutschen Content Marketing Preises überzeugt.

Durch Infografiken und Studien werden alle Inhalte verständlich und anschaulich aufgearbeitet. Außerdem stärken Interviews, in denen verschiedene Personen von ihrer eigenen Lebensphilosophie und ihrem Berufsweg erzählen, die Authentizität der Beiträge.

Aktuelle Presseinformation

Livestreaming-Projekt „Ich zeig‘ dir die Welt von morgen“ von Vodafone ist Sieger in der Kategorie Content Distribution

Das Content Marketing Projekt „Ich zeig‘ dir die Welt von morgen“ von Vodafone hat zum Ziel, die Möglichkeiten des Datenroamings im Ausland zu zeigen. Gemeinsam mit Bloggern wie Mia Bühler reist Vodafone ins Ausland (z.B. London, Rom und Reykjavik) und streamt mehrere Stunden über das Roamingnetz. Dokumentiert wird der Stadttrip auf YouTube, Periscope und in weiteren sozialen Netzwerken. <http://www.izddw.com/>

Ioana Sträter, Geschäftsführerin von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt: „Die Siegerprojekte 2016 zeigen, dass Content Marketing aus dem Instrumentarium der Markenführung nicht mehr wegzudenken ist. Die Preisträger demonstrieren allesamt eine ausgeprägte Nähe zu ihren Zielgruppen und bieten mit ihren nützlichen und unterhaltsamen Inhalten einen Mehrwert – ohne dabei die Absatzziele aus den Augen zu verlieren. Besonders hat mir gefallen, wie die Marken bei der Erstellung ihrer Inhalte sowohl mit ihren Kunden als auch mit Influencern kreativ zusammenarbeiten. So entsteht ein Dialog mit hoher Relevanz.“

Alle Infos über den Deutschen Marketing Preis 2016 finden sich auf der Webseite www.contentmarketingpreis.de

Jury des Deutschen Content Marketing Preises

- Georg Altrogge, meedia.de
- Jens Claussen, diva-e Textprovider
- Gabriele Crepaz, Südtirol Marketing
- Dr. Astrid Deilmann, WWF Deutschland
- Klaus Eck, Eck Consulting Group
- Doris Eichmeier, Content Strategin
- Arno Heinisch, RocketBeans
- Michael Höflich, Content Marketing Forum
- Lukas Kircher, C3 Creative Code and Content
- Jasper Krog, Beiersdorf
- Corinna Kühn, Ebay
- Mirko Lange, talkabout communications
- Norman Nielsen, Zalando
- Wim Nieuwenhujise, Unilever Europe
- Dieter Reichert, Censhare
- Ioana Sträter, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt
- Jens Tangemann, Deutsche Bank
- Christian Thunig, absatzwirtschaft

Aktuelle Presseinformation

Ihre Ansprechpartnerin:

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Ioana Sträter, Geschäftsführerin

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt

Telefon: 069/2424 4779, E-Mail: straeter@managementforum.com

www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH steht für unvergessliche Event-Experiences. Unsere Business-Veranstaltungen bringen die innovativsten und inspirierendsten Köpfe zusammen und bieten Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und die besten Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.