



Pressemitteilung

1. Deutscher Content Marketing Preis: Audi, Vodafone, Südtirol, WWF und Telekom siegen

Content World, 12./13. Oktober 2015, Frankfurt am Main

Frankfurt am Main, 14. Oktober 2015. Emotionen, Stars und neue Technologien: Der 1. Deutsche Content Marketing Preis, der im Rahmen der Content World 2015 erstmals verliehen wurde, spiegelt die große Bandbreite und die Kreativität der Branche wider – und ist damit der erste Award seiner Art in Deutschland.

Satte Beats, großer Sport und echte Emotionen standen im Zentrum des Content Marketing Preises 2015. Ausgezeichnet wurden besondere Leistungen im Bereich des Content Marketings in den Kategorien Production, Distribution, Creation und Strategy. Mit „Electronic Beats“ gewann die breitgefächerte Kampagne der Deutschen Telekom in der Kategorie Content Distribution. „Es ist neu, es ist jung – und es klingt unglaublich gut“, sagte Jens Claussen, Geschäftsführer von Textprovider in seiner Laudation. Über eine ganze Reihe von Kanälen erreicht „Electronic Beats“ die Freunde von elektronischer Musik und liefert ihnen neben Print- und Online-Produkten auch Events und Festivals und hält sie über die sozialen Medien auf dem aktuellsten Stand.

In der Kategorie Content Creation and Curation konnten sich die „Gadget Inspectors“ von Vodafone gegen die starke Konkurrenz durchsetzen. „Das Netz liebt die neue Technik und die, die sie ausprobieren“, erklärte Ioana Sträter, Geschäftsführerin von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt, warum die Wahl auf die jungen Technik-Vlogger fiel. Beim „Audi Star Talk“ kommen Emotionen, sportliches Fachwissen und tiefgründige Gespräche an einem Tisch zusammen. „Uns als Jury hat vor allem überzeugt, dass es nicht nur um Strategien oder um Sieg und Niederlage geht – sondern, dass hier echte Emotionen rüberkommen“, erklärte Erhardt Heinold, Geschäftsführer Heinold, Spiller & Partner.

Neben den Größen des Marketings konnten in diesem Jahr Kampagnen überzeugen, die die finanziellen Grenzen mit Kreativität ausgleichen. Die Kampagne „Was uns bewegt“ vermittelt mit starken Bildern und viel Charme das Lebensgefühl Südtirols – und das mit einem vergleichsweise niedrigen Budget. Die Content-Strategin Doris Eichmeier erklärte in ihrer Laudation: „Wenn wir sehen, wie der Bildhauer den Meißel ins Holz treibt, oder wie sich die Wolken über das Tal ergießen, dann sind wir emotional gepackt. Durch die Kampagne sehen wir Südtirol nicht nur – wir fühlen es.“ Die Gewinner in der Kategorie Content Strategy zeigten sich von dieser Entscheidung sichtlich überrascht. Mit der Kampagne erreicht Südtirol eine sehr breite Zielgruppe und vermittelt ein naturnahes Lebensgefühl – und konnte sich so von den übrigen Einreichungen absetzen.

Bei der Durchsicht der eingereichten Kampagnen entschied sich die Jury für die Verleihung eines Sonderpreises: „Trotz eines extrem niedrigen Budgets hat der Gewinner des Sonderpreises es geschafft, ein wichtiges Thema berührend und mit dem nötigen Nachdruck in einer beeindruckenden Kampagne aufzuarbeiten“, begründete Christian Thunig, Chefredakteur der absatzwirtschaft, die Entscheidung der Jury für die besondere Ehrung der Umweltstiftung WWF Deutschland. „Wir möchten der WWF dafür danken, dass sie uns allen mit ihrer eingereichten Kampagne abermals die Augen öffnet und mit einer starken Stimme für unseren Planeten eintritt.“ Mit ihren Kampagnen-Videos „Krieg im Elefantenwald“ und „#hope4whales“ konnte die WWF die Jury und das Publikum gleichermaßen überzeugen.



content world

International Content Marketing
Conference and Expo

12.-13. Oktober 2015 | Frankfurt am Main



Rund 150 Gäste aus Unternehmen, Medien und Dienstleistung feierten die Gewinner an diesem Abend. Der Content Marketing Preis trägt einer Entwicklung Rechnung, die derzeit die Unternehmen und ihre Marketing- und Kommunikationsabteilungen umtreibt: Längst steht neben der Steigerung von Umsatz und Aufmerksamkeit der Wunsch, das Publikum emotional zu fesseln und eine Geschichte zu erzählen, im Zentrum ihres Schaffens. Vergeben wurde der Preis von absatzwirtschaft, Meedia und Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt sowie Textprovider als Knowledgepartner.

Die einzelnen Laudationes finden Sie online unter:

www.contentmarketingpreis.de/laudationes-deutscher-content-marketing-preis.

Aktuelles Bildmaterial zum Kongress und zur Preisverleihung erhalten Sie unter **www.mydrive.ch**
[Benutzer: contentworld@managementforum | Passwort: cow2015].

Kontakt:

Isabelle Fuhrmann, Marketing Managerin
Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69 24 24-47 73
fuhrmann@managementforum.com
www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH gehört zu den führenden deutschen Anbietern von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Unter dem Motto „Excellence in Business Information“ bietet Management Forum Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern stehen die Events von Management Forum für 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.