



Zahlreiche Speaker

Über die Zukunft von Content Marketing sprach Stefan Häckel von Vice. Unter dem Titel „Brand Experience and Data: Wie agile ‚Direct to Consumer‘-Unternehmen das Marketing revolutionieren“, referierte Lukas Kirchner, C3 Creative Code and Content GmbH. Matthias Protzmann, Onzu, sprach über Artificial Intelligence im Content Marketing.

Praxisnahe Workshops

Nach einer Kaffeepause ging es dann an die Praxis, und die Teilnehmer des Kongresses fanden sich in Workshops wieder. Hier konnte mehr über die Themenbereiche „How to target the right Audience with Artificial Intelligence“, „Content Marketing in einer neuen Dimension: Die CMF-Basisstudie 2018“ oder „Live ≠ Live: Multimediales und nachhaltiges Storytelling im storytile Live-Blog“ gelernt werden.

Und auch nach dem Lunch ging es gut gestärkt weiter. Unter den Titeln „Gleicher Content, gleiche Plattform? Wie relevan-

Bewegtbild Non Fiction

Titel Porsche 9:11 Magazin, Episode 5: Der DDR-Porsche
Herausgeber Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Dienstleister Territory Content to Results GmbH.

te, crossmediale Markenbildung gelingen kann“, „5 easy steps to create a content marketing strategy“, „How to drive qualitative visits with interactive content: 3 case studies“ und „Die digitale Transformation Ihrer Redaktionsprozesse – Data-driven Content Discovery mit Storyclash“ konnte die Praxis näher kennengelernt werden.

Weitere Vorträge stammten u.a. von Bastian Obermayer, *Süddeutsche Zeitung*, oder Pascal Deville, Freundliche Grüße GmbH. Ein Highlight war auch der Vortrag von Wolfgang Layr, Volksbank Wien, der unter dem Titel „Von den Superadlern zum frischen Wind: Content Creation im Sportsponsoring“ sprach (siehe Seite 32).

Hintergrundinformationen

Seit dem Jahr 2003 zeichnet das Content Marketing Forum gemeinsam mit Branchenmedien die besten Unternehmenspublikationen aus. Der Auswahlprozess durch die Jury verläuft mehrstufig: Jury I und

II bestehen jeweils aus rund 80, Jury III aus rund 40 Personen. Jede Jurygruppe begutachtet in Untergruppen die eingereichten Beiträge; die Bewertung erfolgt nach dem Schulnotenprinzip.

Aus dem Durchschnitt der Noten ergibt sich die BCM Shortlist; sie ist die Basis für die Nominierten in Silber und für die Gold-Preisträger.

Das Content Marketing Forum (CMF) ist die Interessensgemeinschaft der führenden medialen Dienstleister im deutschsprachigen Raum und mit mehr als 100 Mitgliedsunternehmen der größte Verband dieser Mediendisziplin in Europa.

Als Branchenverband vertritt das CMF eine Mediensparte, die pro Jahr rund 6,9 Mrd. € umsetzt. Die Mitglieder des Verbands sind Agenturen, die für ihre Kunden wegweisende Content-Strategien entwerfen und umsetzen und dabei wirkungsvolle Inhalte für alle Mediengattungen einschließlich Print, Video, Mobile und Online produzieren.

Reporting

Titel Allianz Kundenbericht 2017: „Ergebnis für den Kunden“
Herausgeber Allianz Deutschland AG
Dienstleister C3 Creative Code and Content GmbH.

Sonderpreis

Titel Lufthansa Exclusive: Kampf ums rote Gold
Herausgeber Deutsche Lufthansa AG
Dienstleister Territory Content to Results GmbH.

