

MARKETING FOR FUTURE Award 2025

Ausschreibungsunterlagen

Jetzt einreichen
bis zum 15. August



M4F Award 2025

Der Marketing 4 Future Award in a nutshell



Deutschlands erster Preis für nachhaltiges Marketing & Kommunikation.



Seit 2020 die Bühne für die besten nachhaltigen Kampagnen & Contents, die Bock auf Morgen machen!



Wir vergeben die bronzene, silberne und goldene Kat'se Bullshit.



Byebye Greenwashing, byebye Langweile: Jury aus Marketing, Wissenschaft & Kreation.



60

Award-
Einreichungen
2024



Fun Fact:

Patentante der neuen kleinen Katzentrophäe war – ohne ihr Wissen – übrigens Luisa Neubauer und ihre wachrüttelnde Keynote auf der OMR 2023: Cut the Bullshit! In diesem Sinne – danke Luisa!



BAM!
BOCK AUF MORGEN

Über den Marketing 4 Future Award

Was wollen wir erreichen?

- ➔ Wir glauben, dass Marketing und Kommunikation vom Erfüllungshelfer zur Schlüsselrolle und Treiber der Transformation in Unternehmen werden kann: Marketing sollte Bock auf ein nachhaltiges Morgen machen!
- ➔ Denn: wir haben die Magie, Menschen die Angst vor einer nachhaltigen Konsum-, Alltags- & Arbeitswelt zu nehmen. Wir können für Vernunft begeistern und Verzicht sexy machen – mit optimistischem Blick und ehrlicher Kante!
- ➔ Kernfragen, die uns leiten: Wo hört Green- & Wokewashing auf? Wo fängt ernst gemeintes Engagement an? Wie kann Marketing seine Macht wirkungsvoller für mehr Nachhaltigkeit einsetzen?

Wofür steht der Award?

- ➔ Wir küren Best Practices und erarbeiten gemeinsam, was wir von ihnen lernen können. Daraus entsteht tiefes Nachhaltigkeits-Faktenwissen in der Marketing- und Kreativszene: Substanz & Glaubwürdigkeit trifft Fantasie & Kreativkante!
- ➔ Es geht beim M4F-Award nicht ums Gewinnen, sondern welche Cases am meisten Lerneffekt für die Branche bieten und damit ins Rampenlicht rücken sollten. Statt neidische Blicke wollen wir feste Rückenklöpfer an alle verteilen, weil wir uns auf den Weg gemacht haben, wenn auch in unterschiedlichen Geschwindigkeiten.

Wir suchen:

Cases die zeigen, wie man mit Mitteln aus Marketing, Werbung, Kunst & Kommunikation ...

... Menschen für nachhaltige Konsumalternativen begeistert (B2C)

... Mitarbeitende in den Wandel involviert (B2E)

... Business-partner:innen für die Transformation motiviert (B2B)



In welchen Kategorien kann man einreichen?

Kategorie 1

Sustainable Immigrants

Unternehmen, die bis vor kurzem noch ausschließlicher Teil des Problems waren, sich aber ernsthaft auf den Weg gemacht haben und ihr bestehendes Geschäftsmodell in die Nachhaltigkeit transformieren wollen.

Kategorie 2

Sustainable Natives

Unternehmen, die Nachhaltigkeit im Business-Case fest verankert haben, also „Nachhaltig by Nature“ sind und ihr Angebot am Markt weiter erfolgreich und glaubhaft etablieren wollen.

Kategorie 3

Sustainable Inspirators

Projekte aus Literatur, Kunst und Film, die nachhaltiges Denken, Leben und Wirtschaften unterhaltsam promoten.

Kategorie 4

Sustainable Science Communicators

Wissenschaftliche Projekte, die das Fundament für nachhaltige Lösungen nicht nur solide bauen, sondern auch richtig begeistert in die Welt tragen.

Kategorie 5

Sustainable Creators

Menschen, die mit ihrem Social-Media-Auftritt und viralen Postings ihre Communitys regelmäßig zu nachhaltigem Denken und Handeln inspirieren.

Kategorie 6

Sustainable Alliances

Ungewöhnliche Teams und kluge Kooperationen, die im Sinne der nachhaltigen Sache Silos verlassen, Kräfte bündeln und gemeinsam die Hebelwirkung jede:r Einzelnen verlängern.



Welche Formate können eingereicht werden?

- Es gibt keine Formatvorgabe: Ihr könnt alle Formen von Marketing, Werbung, Kommunikation, Content, Medien einreichen, von denen ihr denkt, dass sie Bock auf ein besseres Morgen machen:
- Von einer ganzheitlichen Werbekampagne, einem geilen SoMe Content, einer internen Kommunikation, einem beeindruckenden Film, einem Wahnsinns-Tool, einem raffinierten Green Production Move oder auch einem bombastischem Research – wir freuen uns über nachhaltige Kreativität in jeder Form! Hauptsache es hat Substanz UND Kante.

Wer überprüft die Cases?

**Wir
rühmen
uns mit der
härtesten Jury
der Welt!**

Die härteste Jury der Welt besteht aus kritischen Köpfen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Marketing und Medien. Diese Spannkraft macht unsere Juryarbeit ebenso kritisch wie wertvoll und beleuchtet alle Cases ganzheitlich.

In den letzten Jahren konnten nie alle Medaillen vergeben werden. Aber jeder Shortlist-Case bekommt eine 100% transparente Jury-Entscheidung und ein Forum, diese zu diskutieren. Wir wollen bewusst einen harten Standard etablieren und ihn gemeinsam immer wieder neu diskutieren und setzen, um eine ernsthafte Transformation anzuschieben.



Nach welchen Kriterien werden die Cases bewertet?

Sagt der Case die **W**ahrheit?

**"Der Lange Nase-Test"
gegen Greenwashing**

Hier bewerten wir
die Qualität & Substanz
des Inhalts der
Einreichung

Macht der Case **B**ock?

**"Der Langeweile-Test"
gegen Einschlafen**

Hier bewerten wir
die Kreativität & Kante
der medialen und
kommunikativen
Vermittlung

Nach welchen Kriterien werden die Cases bewertet?

Sagt der Case die Wahrheit?

Macht der Case Bock?

Lange Nase

Langeweile

Beispiele für Bewertungsfragen

wirksam

- Hat der Case im Bezug auf die Planetaren Grenzen bzw. SDGs eine angemessene positive Wirkung und fokussiert er die richtige Challenge?
- Übertrifft er deutlich den Mindeststandard und ist er "on Track" bezüglich der Transformationsziele?
- Ist er auch langfristig umsetzbar?

ehrlich

- Kann der Case aus externer Sicht schnell und einfach auf seine Substanz überprüft werden?
- Geht der Case ehrlich mit Stärken und Schwächen um?
- Wie wurden andere Nachhaltigkeitsziele (SDGs) und Planetare Grenzen in dem Case berücksichtigt?

glaubhaft

- Passt der Case zu bisherigen Brandstories aller Beteiligten und ist er mehr als ein einmaliger Show-off?
- Ist der Case der Größe & Power der/des Einreichenden angemessen?
- Denkt der Case die Zulieferer bzw. Stakeholder angemessen mit?

ungesehen

- Sticht er von der Machart aus dem Nachhaltigkeitsbrei positiv heraus?
- Bringt der Case das Engagement schnell und aufmerksamkeitsstark auf den Punkt?

aktivierend

- Hat der Case eine signifikante positive Wirkung auf nachhaltiges Handeln & Konsumieren?
- Stimuliert er andere zum Mitmachen und animiert zu einem besseren Verhalten?

Was kostet die Einreichung?

- Unternehmen ab 2 Mio. Umsatz*: 600,00€
- Unternehmen bis 2 Mio. Umsatz*: 300,00€
- Einzelpersonen & NGOs: 150,00€
- Alle Einreichenden verpflichten sich mit der Einreichung eines Cases, dass sie bei erfolgreicher Platzierung auf der Shortlist mit mindestens einem*r Vertreter*in bei der **Award-Verleihung** in Berlin am 5. November persönlich teilnehmen. Im Falle von Einreichungen durch die betreuende Agentur betrifft das explizit auch die Teilnahme mindestens eine*r Vertreter*in des Unternehmens / der Marke, die hinter dem Case steht. Uns ist das sehr wichtig, damit Austausch und Lerneffekte zwischen allen Teilnehmenden stattfinden können!

Alle Award Einreichenden erhalten mit der Award Gebühr Zugang zu unseren rabattierten Festival Tickets.

Alle Cases, die es auf die Shortlist schaffen, erhalten zwei **Freitickets** zur Veranstaltung.

*Robin-Hood-Ansatz:
Die Großen zahlen etwas mehr zugunsten der Kleinen.



M4F Award 2025

Welche Cases wurden 2023 und 2024 ausgezeichnet?



Gold



Silber



Bronze



Anleitung zur Case Einreichung in drei Schritten



Case Essentials (Online-Maske)

Im ersten Schritt bitten wir euch, die Essenz eurer Arbeit für uns zusammenzufassen. Geht dazu auf "[Jetzt einreichen](#)". Bitte füllt das Formular online mit allen euch zugänglichen Informationen zum Case aus. Mit * markierte Felder müssen ausgefüllt werden. Bitte beachtet die limitierte Zeichenzahl, Überschreitung leider nicht möglich.

Ihr könnt Zwischenschritte speichern, siehe Button am Ende der Seite.



Case-Beschreibung (PDF zum Upload)

Stellt euren Case jetzt so vor, wie er es verdient hat und rückt dabei gerne das in den Vordergrund, was EUCH besonders wichtig erscheint! Ihr habt freie Hand, es gibt nur eine Regel: **max. 5 Charts**.

Ladet die Case Beschreibung unter dem Titel „M4F25_Euer-Name_Case-Name_Beschreibung.PDF“ über das Upload Feld im Formular hoch.



Weiteres Material / Creatives (Upload)

Überlegt, was die Jury noch braucht, um euren Case im rechten Licht zu sehen. Kuratiert bitte eine kluge Auswahl an Material, die eure Einreichung untermauert und anschaulicher macht, z. B. Video- und Audio-Files, Bilder, Studien etc.

Speichert das Material in einem Ordner mit dem Titel „M4F25_Euer-Name_Case-Name_Material“ und komprimiert diesen am besten, bevor ihr ihn über das Upload-Feld im Online-Formular hochladet.

Wir
wünschen euch von
Herzen viel Erfolg!

Bei Fragen:
award@bock.am
Wir helfen
gerne!

Deadline
15.08.2025

M4F Award 2025

Machen statt Klatschen!



Email für alle Fragen:
award@bock.am



Upload der Bewerbung:
[Hier klicken](#)



Deadline:
15.08.25



BAM! Bock auf Morgen
BAM Nachhaltigkeit Beratung
Medien GmbH-VE
Eldenaer Str. 35
10247 Berlin