

PRESSEMITTEILUNG

ZEISS ist großer Abräumer bei BoB-Awards

Bei der feierlichen Preisverleihung in Berlin zeichnete der Bundesverband Marketing Clubs gestern Abend die besten Arbeiten in der „Business-to-Business“ Communications aus. Mit zwei BoB-Awards in Gold und drei in Silber steht die ZEISS Group für die erfolgreichste Businesskommunikation in 2024.

Düsseldorf, 04. Juli 2025

„Wir werden nicht schützen, was wir nicht sehen können“, ist die zentrale Aussage der Awareness-Kampagne „The Last Generation on Ice“ von ZEISS. In beeindruckende Bilder übersetzt hat sie der renommierte Fotograf und Polarforscher Sebastian Copeland, den ZEISS nach Grönland begleitete und dort die nördlichste Schule der Welt mit Mikroskopen ausstattete und Workshops veranstaltete.

Daraus entstand ein bewegendes Video über das Abschmelzen der polaren Eiskappen, das bislang über 68 Millionen Mal auf Social Media angesehen wurde und zu Einladungen zu Vorträgen, Filmfestivals und Ausstellungen führte. Für die Jury des BoB-Award war dieser Case nicht nur in der Kategorie Environment, Social und Governance, sondern auch in der Kategorie Crossmediale Kommunikationskampagnen Gold wert.

Damit ist „[The Last Generation on Ice](#)“, das von Wildstyle Networks in Dresden produziert wurde, der erfolgreichste Business-to-Business-Case des vergangenen Jahres. Für „Benches of Hope“ gab es für ZEISS zudem zweimal Silber und für die Cases „10 million eyes treated, together“ sowie den ZEISS Quality Innovation Summit 2024 nochmal jeweils eine Shortlist-Platzierung.

Die Auszeichnungen des Bundesverbands Marketing Clubs (BVMC) wurden gestern Abend in Anwesenheit von zahlreichen Gästen während des „Winner Dinner“ im Meistersaal in Berlin vergeben. Dabei wurden

insgesamt fünf Arbeiten mit Gold, neun Cases mit Silber und zehn Arbeiten mit einem BoB-Award in Bronze ausgezeichnet.

Durch die Award-Show, die inzwischen eine feste Größe für den interdisziplinären Austausch der Branche ist, führten die beiden Jury-Vorsitzenden Géraldine Tenten, CMO von MANN & HUMMEL und Christian Daul, CEO Reinsclassen. Turnusgemäß endet damit ihr Juryvorsitz „und wir danken den beiden für drei erfolgreiche Jahre, in denen sie diesen besonderen Branchenaward mit geprägt haben“, sagt Florian Möckel, Geschäftsführer des BVMC.

Ein sehr emotionaler Moment für Christan Daul war, als seine Agentur einen goldenen BoB-Award in der Kategorie Credentials & Employer Branding für „Was hätte Veronika dazu gesagt?“, bekam. Die Jury würdigte damit posthum die bekannte und allseits beliebte Agenturgründerin Veronika Classen, die im Mai 2023 viel zu früh verstorben war.

Ebenfalls einen BoB-Award in Gold gab es für „Gib mir mal ´ne WAGO“ – Wir feiern 50 Jahre Verbindungsklemme von WAGO und der Agentur segmenta communications GmbH in der Kategorie Social Media & Influencer Marketing. Die Arbeit „Ambition“ von Bartenbach AG für die Messe Frankfurt wurde wiederum in der Kategorie Events & Messen mit Gold ausgezeichnet.

[Hier geht's zu allen prämierten Cases](#)

Der BoB-Award ist ein etabliertes Gütesiegel für herausragende B2B-Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ausgezeichnet wurden die besten und kreativsten Arbeiten, die 2024 im deutschsprachigen Raum entstanden waren und mindestens einmal veröffentlicht wurden.

Insgesamt wurden dieses Jahr 84 Arbeiten in 11 Kategorien eingereicht, die es auf der Jurysitzung bei LinkedIn in München zu 41 Shortlist-Platzierungen und insgesamt 24 Medaillen schafften. Die Kategorien umfassen unter anderem „PR, Content & Influencer Marketing“, „Bewegtfilm Formate“ sowie „Messe & Events“ und „ESG – Environmental, Social, Governance“. Mehr Detail-Informationen dazu finden Sie [hier](#).

Über den BoB Award

Der Kreativ- und Konzeptwettbewerb BoB “Best of Business-to-Business” Communication Award wird jedes Jahr vom Bundesverband Marketing Clubs e.V. ausgeschrieben, inzwischen in 11 Kategorien. Er ist die einzige Plattform für das Segment der B2B-Kommunikation im deutschsprachigen Raum.

Über den Bundesverband Marketing Clubs e.V.

Der Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) ist der Berufsverband des Marketingmanagements und die verbindende Organisation der 60 Marketing Clubs in Deutschland. Er bietet ein Netzwerk für die praxisnahe Weiterbildung und den Wissensaustausch und fördert die Nachwuchsarbeit. Der BVMC ist mit seinen 12.000 Mitgliedern einer der größten Business Clubs in Deutschland und vertritt die Interessen der Marketing-Wirtschaft.

Kontakt

Bundesverband Marketing Clubs e.V.

Sternstraße 58

40479 Düsseldorf

0211.864 06-12

E-Mail: presse@bvmc.de