

Unerreichte Exklusivität: European Masterclass Community mit Qualität vom Feinsten

Präsenzanalyse: Preisträger und Veranstaltungsorte profitieren von Marke und Ruf
Gleich anmelden: Anmeldeschluss für 2. Jurierung 22.09.2008 – für 1. Jurierung 25.08.2008
Anmeldeunterlagen, FilmGallery, Fotos unter www.corporate-media-masteraward.com

Waiblingen. Für eine große Überraschung sorgte die Präsenzanalyse des Meisterwettbewerbes Corporate Media. Wer Medienkonzepte, Filme, Netzlösungen oder Tools und Hardware anmeldet und mit einem Master ausgezeichnet wird, bekommt ein Qualitätszertifikat von höchster Exklusivität und bestem Ruf. Die aufwändige und absolut unabhängige Jurierung sowie das Gesamtkonzept von Corporate Media und seiner Nachwuchsplattform haben zu einer Markenbildung mit 80 – 100 Prozent-Quoten geführt. Corporate Media, von Medienreport geprägt, ist weltweit millionenfach besetzt. Zur 20. Ausschreibung und zwei Jurierungstermine sind noch Anmeldungen möglich. Danach geht nichts mehr. Im Dezember 2008 werden die neuen Lösungen und Master vorgestellt, die in den nächsten Jahren die Trends bestimmen. Selbst die „Master of Communication“ und die Veranstaltungsorte profitierten und profitieren von Corporate Media. Nach knapp neun Jahren „München“ gibt es für „Corporate Media“ noch 22.200 Nennungen im Netz, von denen acht der ersten zehn Nennungen uns zugeordnet werden können. Bonn liegt nach dem ersten Veranstaltungsjahr immerhin bei 20.400 Nennungen und führt 9 von zehn Nennungen auf der ersten Seite. Und selbst die eigentlichen Veranstaltungsorte „Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn“ und „IHK Akademie München“ können hunderte von Nennungen auf sich vereinigen, die ausschließlich mit „Corporate Media – The European Masterclass“ zu tun haben. Wer hier ein Wort mitreden will muss seine Beiträge oder Konzepte mit den Unterlagen aus www.corporate-media-masteraward.com möglichst gleich anmelden.

Analyse und Übersicht Suchergebnisse mit Hauptbegriff **„Corporate Media“* - Googleabbild 16.07.2008**

Corporate Media* eingeführt 1989 von Rolf G. Lehmann, Herausgeber des Buches 1992/93 : Corporate Media, Verlag Moderne Industrie. Oberbegriff für alle Corporate Medien. Beispiel: Corporate Networking/Mobile, Corporate TV/Film/Video, Corporate Print/Corporate Publishing

Bezüge von Corporate Media* mit: Nennungen insgesamt : *Bezüge CM-Wettbewerb/Medienreport auf Seite:

„Corporate Media“ (Abruf allgemein)	Nennungen insgesamt	*Bezüge CM-Wettbewerb/Medienreport auf Seite:
Medienreport	431	4 von 10 auf Seite 1; - 40 % 2 von 10 auf Seite 85
Lehmann	24.600	10 von 10 auf Seite 1; 10 von 10 auf Seite 40 – 100 %
Master	157.000	10 von 10 auf Seite 1; - 100 % 2 von 10 auf Seite 70
Meisterwettbewerb	247	10 von 10 auf Seite 1; - 100 % 6 von 10 auf Seite 60
Medienwettbewerb	73	10 von 10 auf Seite 1; 10 von 10 auf Seite 22 - 100 %
Schweiz Armee (Master of Communication 2007)	3.160	69 von 73 Nennungen - 95 %
Bayer AG (Master of Communication 2006)	1.060	10 von 10 auf Seite 1 - 100 %
Bonn (Veranstaltungsort 2007)	20.400	10 von 10 auf Seite 1 - 100 %
Ort Haus der Geschichte Bonn 12.8.2008	703	9 von 10 auf Seite 1 - 90 %
München (Veranstaltungsort bis 2006)	22.200	10 von 10 auf Seite 1 - 100 %
Ort IHK-Akademie München München	144	8 von 10 auf Seite 1 - 80 %
Stuttgart (Veranstaltungsort bis 1998)	16.800	10 von 10 auf allen Seiten - 100 %
		3 von 10 auf Seite 1 - 30 %

Auswahl Referenzen: IHK-Akademie München 144 (100 %)
 Hochschule der Medien 63
 FH Hannover 44
 Filmhochschule München 26
 Film/F5-Akademie Ludwigsburg 24
 Filmhochschule Köln 18
 Marginale Nennungen und Bezüge von Medien-Hochschulen NRW, Berlin/Brandenburg

144 Bezüge von 144 Nennungen insgesamt
 7 Bezüge von 63 Nennungen insgesamt
 35 Bezüge von 44 Nennungen insgesamt
 11 Bezüge von 26 Nennungen insgesamt
 9 Bezüge von 24 Nennungen insgesamt
 5 Bezüge von 18 Nennungen insgesamt

