



content  
marketing  
forum

# BCM 2022 – Bewertungsbögen

November 2021

# Allgemeine Informationen zur Bewertung

---



- Die Bewertung erfolgt nach Sternen von 1 („nicht gut“) bis 4 („sehr gut“)
- Die einzelnen Fragen sind gewichtet (siehe Prozentzahlen in den Bögen) und spielen insofern eine unterschiedlich große Rolle für die Gesamtbewertung
- Jedes Jurymitglied gibt zusätzlich zu den Noten einen textlichen Kommentar zu jedem Projekt ab. Dieser fließt nicht in die Bewertung ein, sondern dient lediglich als Feedback für die Einreichenden
- Die Sternenbewertungen sind vertraulich und werden nicht herausgegeben

# Customer Print Magazine



Gewichtung	Fragen
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (Im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)
10%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare, transparente Berichterstattung)
16%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Botschaft ohne die Marke des Unternehmens zu nutzen?
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung und -akquise, Einbettung in die Kommunikationsstrategie des Unternehmens)

# Customer Print Specials – Specials & Annuals



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation?
16%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
15%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Wird die Publikation dem Kriterium des Specials/Annuals gerecht?)

# Customer Print Specials Sales



Gewichtung	Fragen
20%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept und die Aufmachung?
25%	Wie beurteilen Sie die redaktionell geprägte Inszenierung? (Produkteinbettung und -nutzen, Zielgruppenrelevanz, Demand Creation)
10%	Wie beurteilen Sie das Distributionskonzept?
25%	Wie beurteilen Sie den Beitrag zur Leadgenerierung oder zum Abverkauf? (CTA, weiterführende Links, Angebote etc.)
20%	Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende Idee und deren Differenzierung zur klassischen Verkaufsunterstützung?

# Customer Print – Books



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
21%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Verarbeitung, Format, Ausstattung)
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (Im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)
10%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare, transparente Berichterstattung)
10%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung und -akquise, Einbettung in die Kommunikationsstrategie des Unternehmens)

# Customer Digital Content Plattformen



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
15%	Wie beurteilen Sie die Gestaltung und die Userführung? (UX / UI, Responsivität, Layout, Animation, Infografik, Illustration, Fotos, Video)
15%	Wie beurteilen Sie die Umsetzung der Inhalte?
13%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität? (Themensetzung, Darstellungsformen, Texte, Relevanz)
12%	Wie beurteilen Sie den Unterhaltungs- und /oder Nutz- und Informationswert?
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke?
25%	Wie beurteilen Sie die Erfüllung der definierten KPIs anhand der eingereichten Unterlagen
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept? (Marken- und Imagestärkung, Kundenanbindung und -akquise, technische Besonderheiten)

# Customer Digital Videoplattformen



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
13%	Wie beurteilen Sie das redaktionelle Konzept? (Themensetzung, Darstellungsformen, Relevanz)
12%	Wie beurteilen Sie den Unterhaltungs- und /oder Nutz- und Informationswert?
15%	Wie beurteilen Sie die kreative Ausführung und die Userführung?
15%	Wie beurteilen Sie die Umsetzung der Inhalte?
25%	Wie beurteilen Sie die Erfüllung der definierten KPIs anhand der eingereichten Unterlagen
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke?
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept? (Marken- und Imagestärkung, Kundenanbindung und -akquise, technische Besonderheiten)



# Customer Digital Social Media



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
13%	Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende kreative Idee des Projekts? (Zielgruppen-Fit, Marken-Fit, etc.)
10%	Wie beurteilen Sie den Unterhaltungswert und das Alleinstellungspotenzial?
13%	Wie beurteilen Sie den Einsatz von Content Elementen innerhalb des Projekts? (Aufbereitung, Umsetzung)
15%	Wie beurteilen Sie die Content-Qualität? (Aufbereitung, Umsetzung)
12%	Wie beurteilen Sie die Kanal-Strategie? (Zielgruppenrelevanz, Auswahl der Plattform[en], Interaktionsmöglichkeiten und Dialog)
12%	Wie beurteilen Sie das Distributionskonzept und die Promotion? (SOV, Seeding, Einsatz von Influencern etc.)
15%	Wie beurteilen Sie die Erfüllung der definierten KPIs anhand der eingereichten Unterlagen?
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept? (Marken- und Imagestärkung, Stakeholderbindung und ggf. -akquise, Einbindung in die Kommunikationsstrategie des Unternehmens)

# Customer Bewegtbild Serie



Gewichtung	Fragen
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Bild und Ton
7%	Wie beurteilen Sie die Stringenz der Bild- und Tongestaltung über die Folgen hinweg?
7%	Wie beurteilen Sie die Wiedererkennbarkeit der Bild- und Tongestaltung?
10%	Wie beurteilen Sie die Qualität der O-Töne, der Dialoge oder des Kommentars?
10%	Wie beurteilen Sie die Stringenz des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung des Informations- oder Unterhaltungswertes?
20%	Wie hoch ist Ihre Motivation, weitere Folgen anzuschauen?
19%	Trägt das Video sinnvoll zum gesamten Kommunikationskonzept bei?

# Customer Bewegtbild Fiction – Branded Entertainment / Commercial / Viralspot



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Bild und Ton
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Bildgestaltung?
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Tongestaltung?
10%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Qualität des Plots?
10%	Wie beurteilen Sie die Umsetzung in Bezug auf die Sehgewohnheiten der Zielgruppe?
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Botschaft ohne die Marke des Unternehmens zu nutzen?
30%	Wie hoch schätzen Sie die Motivation der Zielgruppe ein den Film zu empfehlen? (Likes, Shares, Kommentare)
9%	Wie beurteilen Sie den Beitrag des Films zum Markenauftritt des Unternehmens?

# Customer Bewegtbild Non Fiction – Branded Entertainment



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Bild und Ton
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Bildgestaltung?
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Tongestaltung?
10%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Authentizität der Story?
10%	Wie beurteilen Sie die Umsetzung in Bezug auf die Sehgewohnheiten der Zielgruppe?
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Botschaft ohne die Marke des Unternehmens zu nutzen?
30%	Wie hoch schätzen Sie die Motivation der Zielgruppe ein den Film zu empfehlen? (Likes, Shares, Kommentare)
9%	Wie beurteilen Sie den Beitrag des Films zum Markenauftritt des Unternehmens?

# Customer Bewegtbild Corporate Story / Best Practice



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Bild und Ton
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Bildgestaltung?
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Tongestaltung?
10%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Authentizität der Story?
10%	Wie beurteilen Sie die Umsetzung in Bezug auf die Sehgewohnheiten der Zielgruppe?
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung wichtiger Unternehmensinformationen?
15%	Wie hoch schätzen Sie die Motivation der Zielgruppe ein den Film zu empfehlen? (Likes, Shares, Kommentare)
15%	Wie hoch ist Ihre Motivation, den Film zu Ende zu sehen?
9%	Wie beurteilen Sie den Beitrag des Films zum Markenauftritt des Unternehmens? Wie stark vermittelt das Video die Leistungen des Unternehmens in diesem Case?

# Customer Bewegtbild How to / DIY / Produktion / Erklärfilme



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
10%	Wie beurteilen Sie den didaktischen Aufbau des Videos?
10%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Qualität des gesprochenen der geschriebenen Textes?
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Ton und Bild?
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Bildgestaltung in Bezug auf das Kommunikationsziel?
7%	Wie beurteilen Sie die Wirkung der Tongestaltung in Bezug auf das Kommunikationsziel
34%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Information / des Nutzwertes? Haben Sie verstanden, was der Film erklären will?
15%	Wie hoch ist Ihre Motivation, den Film zu Ende zu sehen?

# Customer Bewegtbild Interview / Statement



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
8%	Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der O-Töne?
8%	Wie beurteilen Sie die Stringenz der journalistischen Darstellungsform?
8%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
7%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Ton und Bild?
7%	Wie beurteilen Sie die emotionale Wirkung der Bildgestaltung?
7%	Wie beurteilen Sie die emotionale Wirkung der Tongestaltung?
30%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Information / des Nutzwertes?
10%	Wie hoch ist Ihre Motivation, den Film zu Ende zu sehen?
15%	Wie stark trägt das Video sinnvoll zum gesamten Kommunikationskonzept bei?

# Customer Podcast



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
15%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität und Tragfähigkeit als serielles Format? (Themenauswahl und -breite, Originalität, Seriencharakter, Spannung, Fortsetzungscharakter)
15%	Wie beurteilen Sie den Unterhaltungs- und/oder Nutz- und Informationswert? (Informationsebenen, Erkenntnis-gewinn, "Suchtfaktor")
15%	Wie beurteilen Sie die optische und /oder sprachliche Aufbereitung des Auftritts?
20%	Wie beurteilen Sie die strategische Idee? (Zielgruppenrelevanz, Auswahl der Plattform[en], Interaktionsmöglichkeiten und Dialog)
20%	Wie beurteilen Sie das Distributionskonzept und Promotion? (SOV, Seeding, Aboangebote, Streamingfunktion, Livefunktion)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung und -akquise)



# Mitarbeiterkommunikation Magazine Print



Gewichtung	Fragen
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (Im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)
10%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare, transparente Berichterstattung)
15%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
11%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Employer Branding, Changeprozesse unterstützend, Mitarbeiterbindung, Multichannel)

# Mitarbeiterkommunikation Digital



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte)
12%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert? (Informationsebenen, Downloadangebote)
13%	Wie beurteilen Sie die Gestaltung und die Userführung? (UX UI, deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Infografik, Illustration, Fotos, Video)
12%	Wie beurteilen Sie die medienadäquate Umsetzung der Inhalte? (Kanal- und Devicestrategie, Nutzerführung, technische Plattform, CMS)
15%	Wie beurteilen Sie die Interaktionsanreize des Mediums? (Sharing, Kommentare, Bewertung etc.)
15%	Wie beurteilen Sie die Erfüllung der definierten KPIs anhand der eingereichten Unterlagen?
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke des Mediums?
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Employer Branding, Changeprozesse unterstützend, Mitarbeiterbindung)

# Mitarbeiterkommunikation Bewegtbild / Employer Branding



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
10%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung von Bild und Ton
10%	Wie beurteilen Sie die emotionale Wirkung der Bildgestaltung?
10%	Wie beurteilen Sie die emotionale Wirkung der Tongestaltung?
12%	Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der O-Töne?
12%	Wie beurteilen Sie die Stringenz des Storytellings?
12%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Storytellings?
10%	Wie beurteilen Sie die Vermittlung der Information / des Nutzwertes?
10%	Wie hoch ist Ihre Motivation, den Film zu Ende zu sehen?
14%	Wie stark trägt das Video zum gesamten Erscheinungsbild des Unternehmens als Arbeitgeber bei?

# Mitarbeiterkommunikation Specials



Gewichtung	Fragen
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Mediums? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums?
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation?
16%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Mediums? (Themenaspekte, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung des Mediums für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
15%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Mediums? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke des Mediums?
10%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Mediums?

# Reporting Print Geschäftsbericht / Jahresbericht



Gewichtung	Fragen
11%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?
10%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (Schnelleseebene, Übersichtlichkeit der Tabellen/Zahlen, Informationsebenen)
10%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Berichts? (offene, nachvollziehbare, transparente Berichterstattung)
15%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung des Berichts für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

# Reporting Digitaler Geschäftsbericht / Jahresbericht



Gewichtung	Fragen
10%	Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung des Berichts? (Gesamtkonzeption)
15%	Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität)
15%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (UX / UI, Responsivität, Layout, Animation, Infografik, Illustration, Fotos, Video)
15%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (Schnelleseebene, Übersichtlichkeit der Tabellen/Zahlen, Informationsebenen, Downloadangebote)
15%	Wie beurteilen Sie die Interaktivität des Berichts?
15%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung des Berichts für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

# Reporting Print Nachhaltigkeitsbericht



Gewichtung	Fragen
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)
10%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
10%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)
10%	Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?
15%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (Schnellleseebene, Übersichtlichkeit der Tabellen/Zahlen, Informationsebenen)
15%	Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Berichts? (Passung mit der Nachhaltigkeitsstrategie, offene, nachvollziehbare, transparente Berichterstattung)
15%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung des Berichts für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung, vor allem in den Dimensionen der Nachhaltigkeit)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

# Reporting Digitaler Nachhaltigkeitsbericht



Gewichtung	Fragen
10%	Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung des Berichts? (Gesamtkonzeption)
15%	Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität)
15%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (UX / UI, Responsivität, Layout, Animation, Infografik, Illustration, Fotos, Video)
15%	Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (Schnelleseebene, Übersichtlichkeit der Tabellen/Zahlen, Informationsebenen, Downloadangebote)
15%	Wie beurteilen Sie die Interaktivität des Berichts?
15%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung und Glaubwürdigkeit des Berichts für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung und die dargestellte Wirkungsmessung, vor allem in Dimensionen der Nachhaltigkeit)
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)



# Reporting Integrated Reporting



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)
13%	Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)
13%	Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)
13%	Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?
10%	Wie beurteilen Sie die Auffindbarkeit und Darstellung des Geschäftsmodells? Liegt der Fokus der Berichterstattung auf Strategie und Geschäftsmodell? Sind diese glaubwürdig und überzeugend dargestellt?
10%	Wie beurteilen Sie die Darstellung der Wertschöpfung des Unternehmens? Werden die relevanten „Kapitalien“ gut dargestellt, werden diese miteinander verknüpft? Vermitteln diese ein zuverlässiges Bild von der Fähigkeit des Unternehmens, künftig Werte zu schaffen und zu erhalten?
16%	Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? Wird ein umfassendes Bild des Unternehmens vermittelt? Beschränkt sich die Kommunikation dabei jedoch auf die wesentlichen Themen (Stichwort: Materialität)?
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

# Content Strategy



Gewichtung	Fragen
35%	Wie beurteilen Sie die Content Strategie und damit verbundenen strategischen Überlegungen? (Bezug zur Mission und Vision des Unternehmens, relevante Insights zu Zielgruppe, Markt oder Marke als Grundlage)
20%	Wie beurteilen Sie den dargestellten Prozess der Content Planung und Erstellung?
20%	Wie beurteilen Sie die Qualität der definierten Kerninhalte / Themenarchitektur?
15%	Wie beurteilen Sie die Erfolgs-und Wirkungsnachweise (Reichweite, Engagement, Conversion, etc.) und die sich daraus ergebenden Optimierung der strategischen Umsetzung?
10%	Inwieweit passt die dargestellte Content Strategie zur Marke und bereichert diese auf kreative Art und Weise?

# Strategie Kanalstrategie



Gewichtung	Fragen
20%	Wie beurteilen Sie die zugrunde liegende Content Strategie (z.,B. gibt es eine bewertbare Ausarbeitung Personas/Zielgruppen, Botschaften, Themen)
30%	Wie beurteilen Sie die Herleitung des Kanalmix? Werden Analysen und Insights zur Entscheidungsfindung zu Kanalauswahl herangezogen?
20%	Wie beurteilen Sie die Publikationsstrategie in den ausgewählten Kanälen? Und damit verbundene kanalspezifische Ausspielung der Inhalte?
10%	Wie beurteilen Sie die Qualität der kanalspezifischen Formate?
20%	Wie beurteilen Sie die Erfolgs- und Wirkungsnachweise (Reichweite, Engagement, Conversion, etc.) und die sich daraus ergebende Optimierung der kanalspezifischen Umsetzung?

# Strategie Content Operations



Gewichtung	Fragen
30%	Wie beurteilen Sie die strategische Implementierung der Content Operations (Rollen, Verantwortlichkeiten, Einbettung in die Kommunikationsorganisation)
15%	Wie beurteilen Sie das technische Setup der Organisation (Planungstools, IT-Systeme, Kollaborationstools)
25%	Wie beurteilen sie die installierten Routinen und Abläufe (Konferenzformate, Planungsrunden, Abstimmungsroutinen, Content-Erstellungsprozesse) in Bezug auf ihre Effizienz und Effektivität?
20%	Wie beurteilen Sie die Kultur und Organisationsform der Content Operations (Agile, KanBan, klassische Strukturen) in Bezug auf ihre Durchlässigkeit und übergreifende Zusammenarbeit.
10%	Wie beurteilen Sie die Steuerungslogik und die Anpassungsfähigkeit der Content Operations (KPIs, gemeinsame Verzielung, Review-Mechanismen)?

# Conferences & Events



Gewichtung	Fragen
25%	Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende kreative Idee des Events /des Kongresses? (Zielgruppen-Fit, Marken-Fit etc.)
25%	Wie beurteilen Sie den Einsatz von Content Elementen vor, während und nach der Veranstaltung? (Aufbereitung, Umsetzung, Shareability)
20%	Wie beurteilen Sie die crossmediale Verlängerung der Veranstaltung? (Kanalstrategie, Paid/Owned/Earned)
20%	Wie bewerten Sie den Erfolg des Events bzw der Event-Kommunikation auf Basis der eingereichten Unterlagen?
10%	Wie beurteilen Sie die Authentizität und die Einbettung in das Gesamtkonzept der Markenkommunikation?

# Content Campaign



Gewichtung	Fragen
25%	Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende kreative Idee der Kampagne? (Zielgruppen-Fit, Marken-Fit, etc.)
25%	Wie beurteilen Sie den Einsatz von Content Elementen innerhalb der Kampagne? (Aufbereitung, Umsetzung)
20%	Wie beurteilen Sie den multimedialen Einsatz und die Distribution der Kampagne? (Kanalstrategie, Paid / Owned / Earned)
20%	Wie bewerten Sie den Erfolg der Kampagne auf Basis der eingereichten Unterlagen?
10%	Wie beurteilen Sie die Authentizität und die Einbettung von Content-Bausteinen in das Gesamtkonzept der Kampagne?

# Craft Reportage



Gewichtung	Fragen
20%	Wie beurteilen Sie das journalistische Konzept des Beitrags? (Thematischer Ansatz, erzählerischer Blickwinkel, Originalität, Aufmerksamkeitsstärke)
20%	Wie bewerten Sie die journalistische Umsetzung des Beitrags? (Sprachliche Qualität, Authentizität, Vermittlungskraft)
15%	Wie bewerten Sie den Einsatz und die Wirkung der grafischen, bzw. bildlichen Umsetzung?
25%	Wie bewerten Sie die Überzeugungskraft, Wahrhaftigkeit und ggf. den Umgang mit problematischen Themen?
20%	Wie benoten Sie den Beitrag als Ganzes?

# Craft Cover



Gewichtung	Fragen
25%	Macht das Cover Lust auf das Medium?
25%	Sorgt das Cover für Gesprächsstoff?
25%	Würde das Cover in der Kioskauslage klar hervorstechen?
25%	Ist das Cover handwerklich überzeugend? (Gestaltung, Typografie)



# Craft Infografik



Gewichtung	Fragen
30%	Vermittelt die Infografik auf den ersten Blick das Thema und lädt ein, sich mit dem Thema zu beschäftigen?
19%	Wie hoch ist der Erkenntnisgewinn durch die Infografik?
17%	Wie beurteilen Sie die technische Umsetzung?(Komplexität, Darstellungstechnik)
17%	Wie beurteilen Sie die kreative Qualität der Infografik? (Gestaltung, Layout, Farben)
17%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität? (Verständlichkeit, Recherchetiefe)

# Craft Fotografie/Fotostrecke



Gewichtung	Fragen
30%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung des Fotos / der Fotostrecke?
20%	Wie stark gelingt es dem Foto / der Fotostrecke, das Thema des dazugehörigen redaktionellen Beitrags kongruent umzusetzen?
20%	Wie beurteilen Sie die Originalität des Fotos / der Fotostrecke?
20%	Wie stark trägt das Foto / die Fotostrecke zum Ziel des dazugehörigen redaktionellen Beitrags bei?
10%	Wie beurteilen Sie die emotionale Kraft des Fotos / der Fotostrecke?

# Craft Kamera



Gewichtung	Fragen
30%	Wie beurteilen Sie die künstlerische Gestaltung des Bildes?
20%	Wie stark ist es der Kameraarbeit gelungen, das Thema des Films kongruent umzusetzen?
20%	Wie beurteilen Sie die Originalität der Kameraführung?
20%	Wie stark trägt die Bildgestaltung zum Ziel des Films bei?
10%	Wie beurteilen Sie die emotionale Kraft der Bilder?

# Internationale Kommunikation



Gewichtung	Fragen
10%	Wie beurteilen Sie den ersten Eindruck / die Gesamtwirkung? (Name, Optik, Bildmotiv, Gestaltung)
20%	Wie beurteilen Sie das internationale Konzept?
20%	Wie bewerten Sie die länderspezi-fische Umsetzung? (regionale Themenrelevanz, kulturelle Besonderheiten, landessprachliche Adaption)
20%	Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität? (Themenauswahl, Qualität der Texte, Dramaturgie / Leserführung)
20%	Wie beurteilen Sie die grafische Gestaltung?
10%	Wie benoten Sie das Gesamtkonzept?

# Innovation Best use of innovation/new tech



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
10%	Wie beurteilen Sie den Innovationsgrad der Einreichung (Neuheitswert, State-of-the-Art-Technologie)?
15%	Wie beurteilen Sie den Unterhaltungs- und oder Nutz-/Informationswert der Einreichung
12%	Wie beurteilen Sie die Gestaltung der Einreichung? (UX, UI, deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Video, Sound)
13%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität der Inhalte?
25%	Wie beurteilen Sie den Erfolg der Einreichung anhand der eingereichten Unterlagen? (Einbindung in Kommunikationsstrategie, Erfüllung von KPIs etc.)
10%	Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Einreichung?
15%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imagestärkung, Kundenanbindung und -akquise)

# Nachhaltigkeitskommunikation



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
20%	Wie bewerten Sie den Nutz- und Informationswert der Kommunikation?
20%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität, insbesondere die Verständlichkeit der Information?
15%	Wie schätzen Sie die Objektivität der Information ein?
20%	Wie beurteilen Sie den kreativen Ansatz der Kommunikation? Ist er angemessen für das Thema?
25%	Wie glaubwürdig wird das herausgebende Unternehmen in seinem Nachhaltigkeitsengagement positioniert?

# Krisenkommunikation



Gewichtung	Fragen
20%	Wie bewerten Sie den Nutz- und Informationswert der Kommunikation?
25%	Wie beurteilen Sie die redaktionelle Qualität, insbesondere die Verständlichkeit der Information?
10%	Wie schätzen Sie die Objektivität der Information ein?
25%	Wie beurteilen Sie den kreativen Ansatz der Kommunikation? Ist er angemessen für das Thema?
20%	Wie gut wird das herausgebende Unternehmen als Manager/Leuchtturm in der Krise positioniert?

# Zusatzkategorie „Nachwuchсарbeit des Jahres“



<b>Gewichtung</b>	<b>Fragen</b>
25%	Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung?
25%	Wie beurteilen Sie den strategischen Ansatz und die strategische Zielsetzung in Bezug auf die möglichen Zielgruppen der Einreichung?
15%	Wie beurteilen Sie das inhaltliche und sprachliche Konzept der Einreichung?
15%	Wie beurteilen Sie das gestalterische Konzept der Einreichung?
20%	Wie beurteilen Sie die dargestellten möglichen KPIs und die entsprechenden Benchmarks?



# Sonderpreis „Best of Print“



Gewichtung	Fragen
15%	Unterstreicht die Auswahl des Papiers/der Papiere Wirkung und Aufmachung der Publikation? (z.B. Nachhaltigkeit, Premiumsegment etc.)
20%	Wie beurteilen Sie die Haptik der eingesetzten Materialien und Veredelungen?
20%	Wie beurteilen Sie die Optik des Drucks und der Veredelungen?
20%	Erzielt das Printprodukt die angestrebte Wirkung und Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe?
25%	Wie gut passt das Druckprodukt in allen seinen Spezifika zum Inhalt der Publikation?

