

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2B – FINANZEN/IMMOBILIEN/CONSULTING



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2B – TRANSPORT / LOGISTIK / AUTOMOTIVE



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
CUSTOMER
MAGAZINE – B2B – HANDEL / KONSUM



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
CUSTOMER
MAGAZINE – B2B – INDUSTRIE/ENERGIE



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
 CUSTOMER
 MAGAZINE – B2B – MEDIEN/ENTERTAINMENT/KULTUR



best of
 content marketing

Nummer der Einreichung:
 (auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

15 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....

.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2B – IT/TELEKOMMUNIKATION/TECHNOLOGIE



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
CUSTOMER
MAGAZINE – B2C – FINANZEN/VERSICHERUNGEN



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER
MAGAZINE – B2C – AUTOMOBIL



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
 CUSTOMER
 MAGAZINE – B2C – BAUEN UND WOHNEN/ENERGIE



best of
 content marketing

Nummer der Einreichung:
 (auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

15 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....

.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2C

MEDIEN/ENTERTAINMENT/KULTUR/TELEKOMMUNIKATION



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
CUSTOMER
MAGAZINE – B2C – TOURISMUS UND VERKEHR



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....

.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2C – GESUNDHEITSWESEN/PHARMA/CHEMIE



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
CUSTOMER
MAGAZINE – B2C – HANDEL/KONSUM



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

MAGAZINE – B2C – NON-PROFIT/VERBÄNDE/INSTITUTIONEN



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

10 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die Aufmerksamkeitsstärke der Publikation? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität der Publikation? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung der Publikation? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout)

1 2 3 4

40 %

Wie beurteilen Sie die Kreativität der Publikation? (im Vergleich zu anderen Publikationen in dieser Kategorie)

1 2 3 4

FRAGE 2.3

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert der Publikation? (Themenaspekte, Informationsebenen)

1 2 3 4

15 %

FRAGE 4

Wie beurteilen Sie die Kommunikationsleistung der Publikation für das herausgebende Unternehmen? (im Hinblick auf die strategische Zielsetzung)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft der Publikation? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Publikation? (Marken- und Imagestärkung, Kundenbindung, Kundenakquise, Crossmedia)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:
