

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
REPORTING
GESCHÄFTSBERICHT – INDUSTRIE



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 des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)

1 2 3 4

40 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (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

FRAGE 2.3

Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Berichts? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
REPORTING
GESCHÄFTSBERICHT – DIENSTLEISTUNG/HANDEL



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 des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)

1 2 3 4

40 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (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

FRAGE 2.3

Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Berichts? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN
REPORTING
GESCHÄFTSBERICHT – NON-PROFIT



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 des Berichts? (Aufmachung, Inhaltsversprechen, Haptik, Ausstattung)

1 2 3 4

FRAGE 2.1

Wie beurteilen Sie die journalistische Qualität des Berichts? (Texte, Leserführung, Darstellungsformen, Themenbreite)

1 2 3 4

FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung und die Struktur des Berichts? (Typografie, Bild- und Illustrationskonzept, Layout, Verhältnis von Image- und Zahlenteil)

1 2 3 4

40 %

FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie den Nutz- und Informationswert des Berichts? (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

FRAGE 2.3

Wie beurteilen Sie die Kreativität des Berichts?

1 2 3 4

20 %

FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft des Berichts? (offene, nachvollziehbare und transparente Berichterstattung)

1 2 3 4

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept des Berichts? (Marken- und Imagestärkung, Share- und Stakeholderansprache)

1 2 3 4

15 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

.....
.....