

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – 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“)

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.

### FRAGE 1

10 %

Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung der Einreichung? (Medienfamilie, kanalübergreifende Strategie, verbindende Idee über alle Kanäle, medienadäquate Umsetzung, Gesamtkonzeption, Intelligente Verzahnung)

1 2 3 4

### FRAGE 2.1

30 %

Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität, Unterhaltungswert)

1 2 3 4

### FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie die medienadäquate Umsetzung? (Informationsmehrwert durch Verlinkung, Querverweise zu anderen Unternehmensmedien, Dialog-Einbindung, schlüssige Orchestrierung; Gesamterlebnis ohne Medienbruch und ohne Zwang, jeden Kanal anzusehen)

1 2 3 4

### FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Info-Grafik, Illustration, Fotos, Video)

1 2 3 4

40 %

### FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die sinnvolle Aufgabenverteilung der verschiedenen Medienkanäle und das Distributionskonzept? (Erreichbarkeit der Zielgruppen in verschiedenen Nutzungssituationen)

1 2 3 4

### FRAGE 3.3

Wie beurteilen Sie die interaktiven Angebote der Einreichung? (Mailfunktion, Webverweise, Bewertungsmöglichkeiten, Social Media, Onlinevotings, Couponing)

1 2 3 4

**BITTE WENDEN**  
(WEITERE FRAGEN  
AUF DER RÜCKSEITE)

**10 %**

FRAGE 4

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

**1 2 3 4**

**10 %**

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

**1 2 3 4**

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – 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“)

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.

### FRAGE 1

10 %

Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung der Einreichung? (Medienfamilie, kanalübergreifende Strategie, verbindende Idee über alle Kanäle, medienadäquate Umsetzung, Gesamtkonzeption, Intelligente Verzahnung)

1 2 3 4

### FRAGE 2.1

30 %

Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität, Unterhaltungswert)

1 2 3 4

### FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie die medienadäquate Umsetzung? (Informationsmehrwert durch Verlinkung, Querverweise zu anderen Unternehmensmedien, Dialog-Einbindung, schlüssige Orchestrierung; Gesamterlebnis ohne Medienbruch und ohne Zwang, jeden Kanal anzusehen)

1 2 3 4

### FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Info-Grafik, Illustration, Fotos, Video)

1 2 3 4

40 %

### FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die sinnvolle Aufgabenverteilung der verschiedenen Medienkanäle und das Distributionskonzept? (Erreichbarkeit der Zielgruppen in verschiedenen Nutzungssituationen)

1 2 3 4

### FRAGE 3.3

Wie beurteilen Sie die interaktiven Angebote der Einreichung? (Mailfunktion, Webverweise, Bewertungsmöglichkeiten, Social Media, Onlinevotings, Couponing)

1 2 3 4

**BITTE WENDEN**  
(WEITERE FRAGEN  
AUF DER RÜCKSEITE)

10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2B – HANDEL / KONSUM



best of  
content marketing

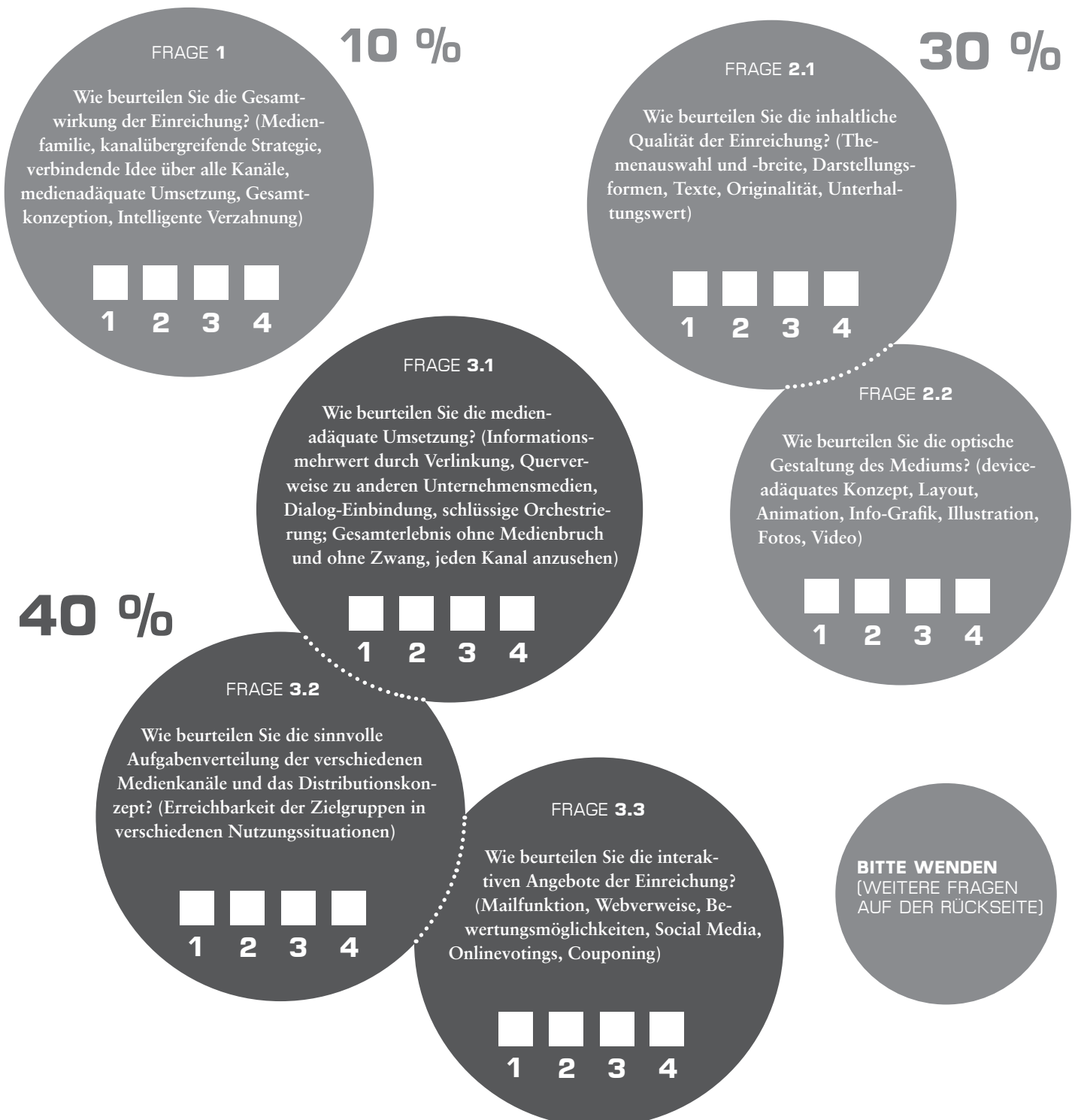
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

## CUSTOMER CROSSMEDIA – B2B – INDUSTRIE/ENERGIE



best of  
content marketing

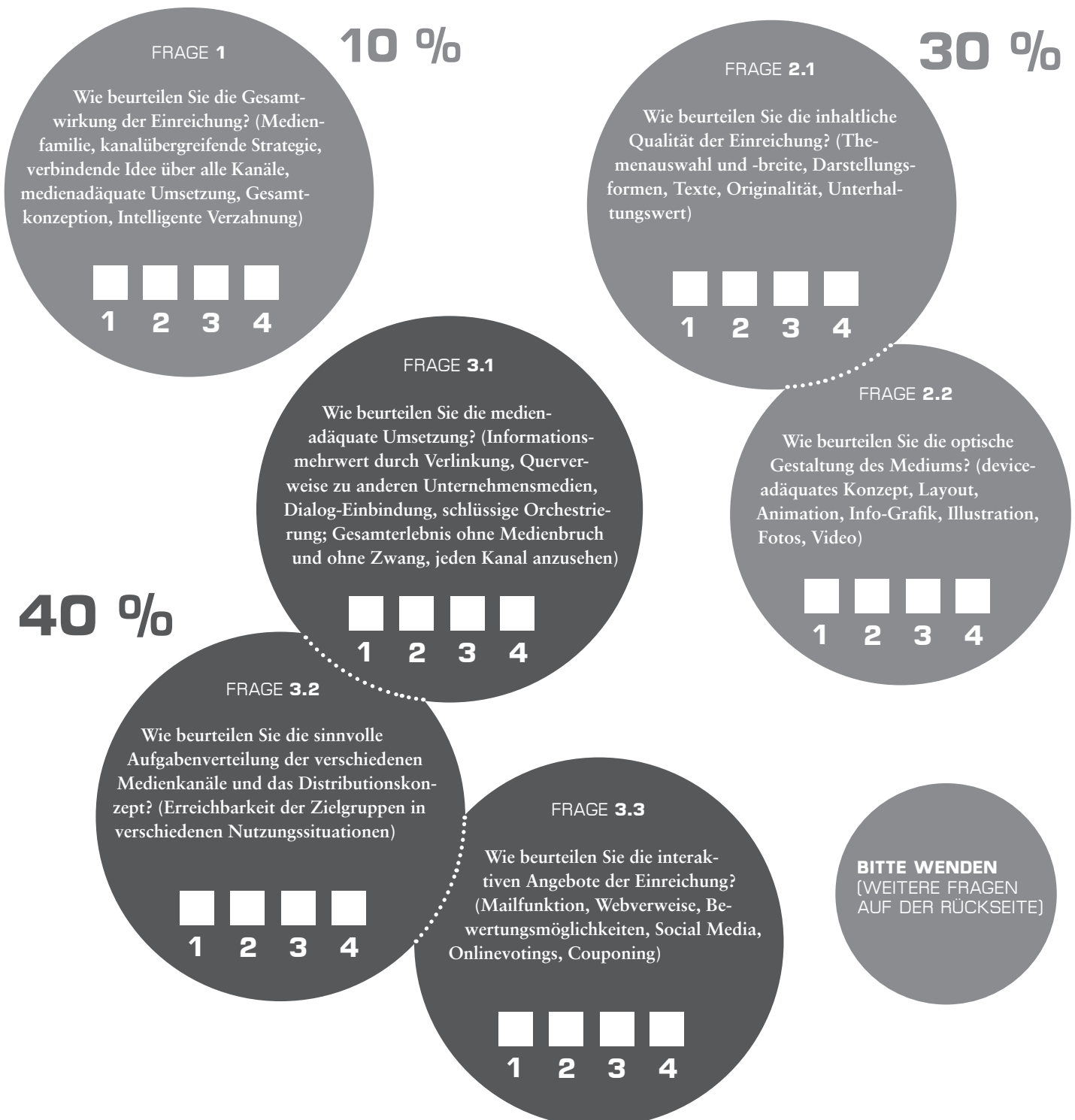
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

### Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---



# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – 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“)

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.

### FRAGE 1

10 %

Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung der Einreichung? (Medienfamilie, kanalübergreifende Strategie, verbindende Idee über alle Kanäle, medienadäquate Umsetzung, Gesamtkonzeption, Intelligente Verzahnung)

1 2 3 4

### FRAGE 2.1

30 %

Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität, Unterhaltungswert)

1 2 3 4

### FRAGE 3.1

Wie beurteilen Sie die medienadäquate Umsetzung? (Informationsmehrwert durch Verlinkung, Querverweise zu anderen Unternehmensmedien, Dialog-Einbindung, schlüssige Orchestrierung; Gesamterlebnis ohne Medienbruch und ohne Zwang, jeden Kanal anzusehen)

1 2 3 4

### FRAGE 2.2

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Info-Grafik, Illustration, Fotos, Video)

1 2 3 4

40 %

### FRAGE 3.2

Wie beurteilen Sie die sinnvolle Aufgabenverteilung der verschiedenen Medienkanäle und das Distributionskonzept? (Erreichbarkeit der Zielgruppen in verschiedenen Nutzungssituationen)

1 2 3 4

### FRAGE 3.3

Wie beurteilen Sie die interaktiven Angebote der Einreichung? (Mailfunktion, Webverweise, Bewertungsmöglichkeiten, Social Media, Onlinevotings, Couponing)

1 2 3 4

**BITTE WENDEN**  
(WEITERE FRAGEN  
AUF DER RÜCKSEITE)

10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – B2B – IT/TELEKOMMUNIKATION/TECHNOLOGIE



best of  
content marketing

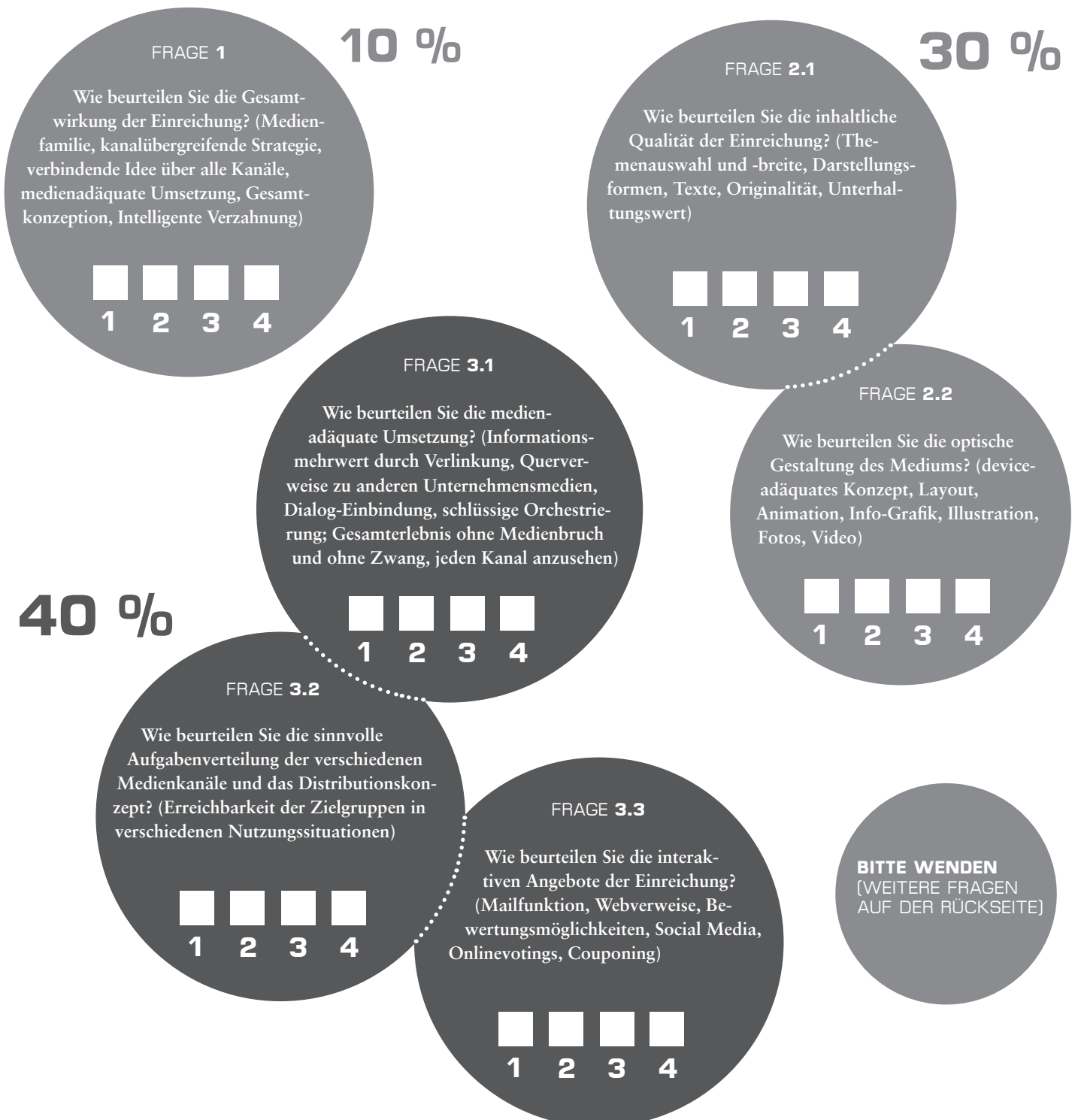
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2C – FINANZEN/VERSICHERUNGEN



best of  
content marketing

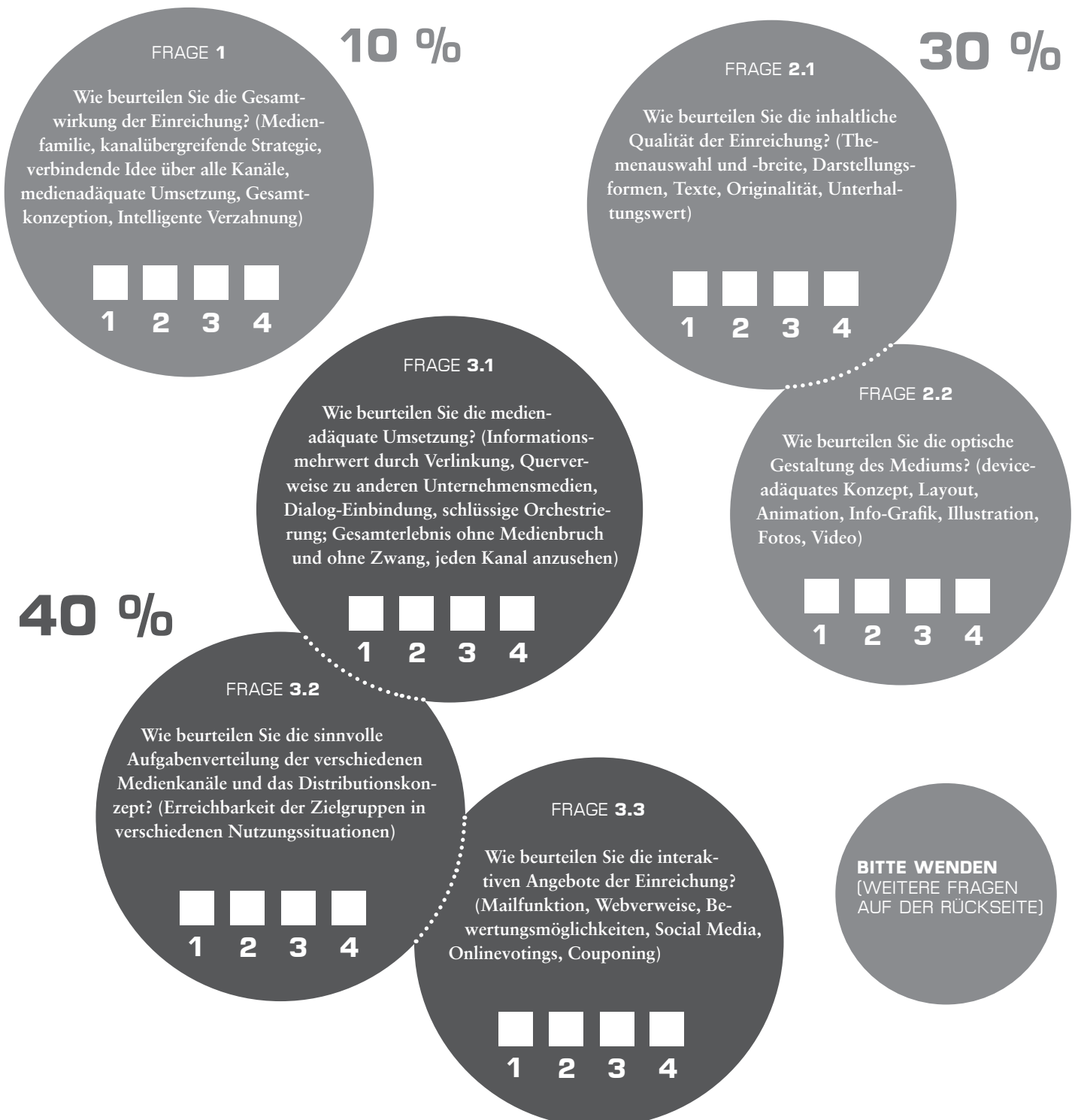
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – B2C – AUTOMOBIL



best of  
content marketing

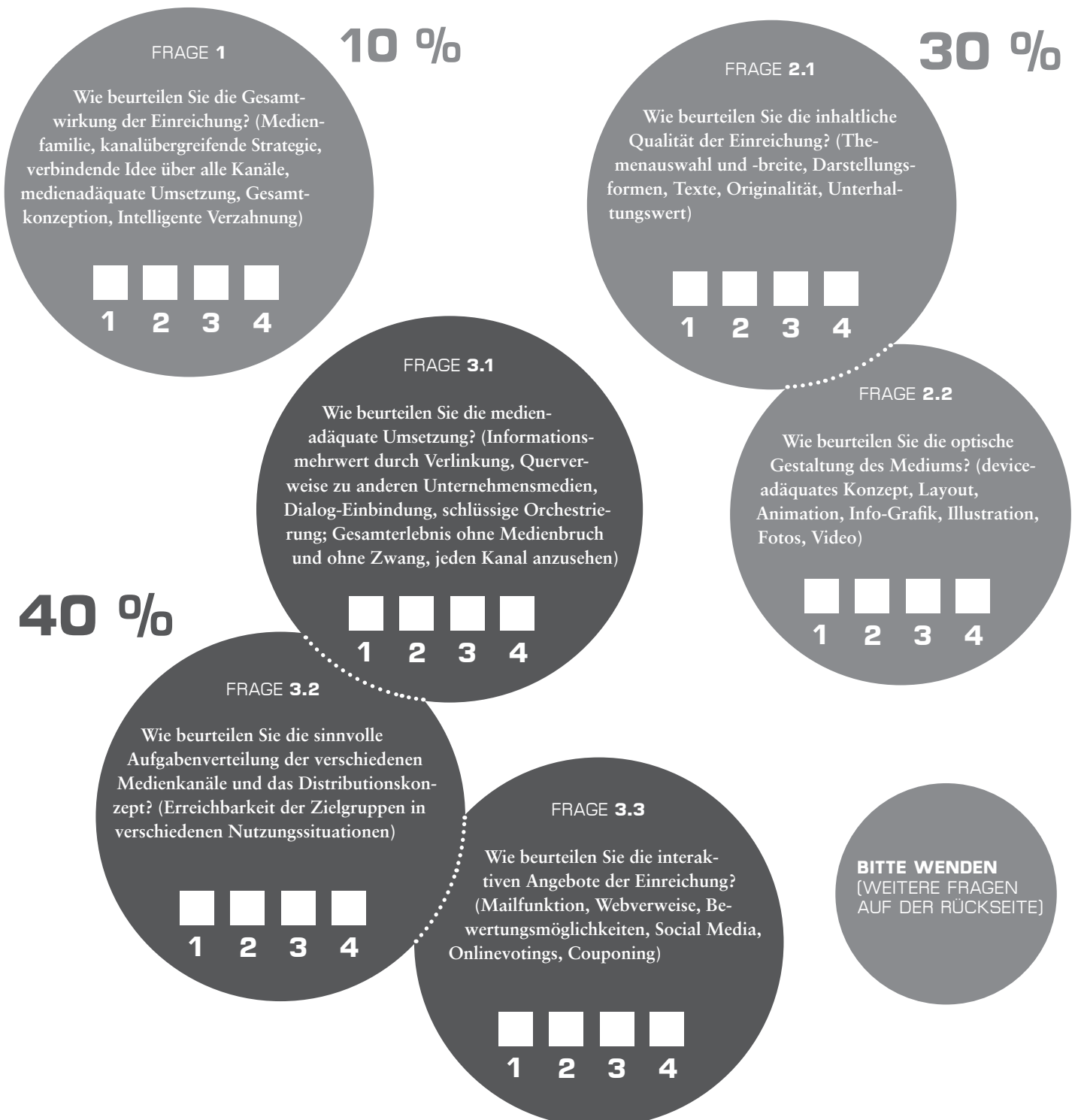
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---



**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2C – BAUEN/WOHNEN/ENERGIE



best of  
content marketing

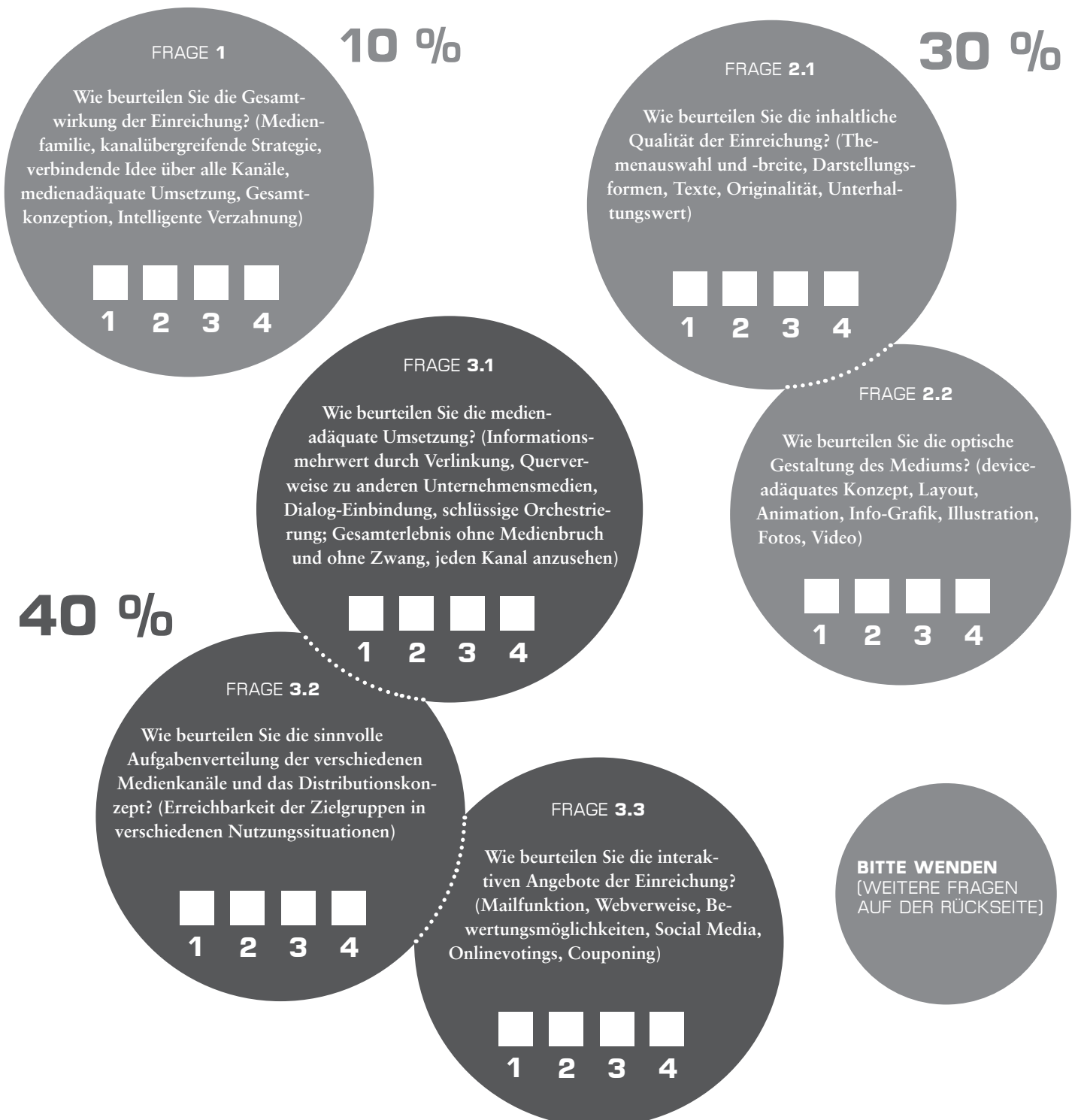
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – 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“)

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.

**FRAGE 1** **10 %**

Wie beurteilen Sie die Gesamtwirkung der Einreichung? (Medienfamilie, kanalübergreifende Strategie, verbindende Idee über alle Kanäle, medienadäquate Umsetzung, Gesamtkonzeption, Intelligente Verzahnung)

**1 2 3 4**

**FRAGE 2.1** **30 %**

Wie beurteilen Sie die inhaltliche Qualität der Einreichung? (Themenauswahl und -breite, Darstellungsformen, Texte, Originalität, Unterhaltungswert)

**1 2 3 4**

**FRAGE 3.1**

Wie beurteilen Sie die medienadäquate Umsetzung? (Informationsmehrwert durch Verlinkung, Querverweise zu anderen Unternehmensmedien, Dialog-Einbindung, schlüssige Orchestrierung; Gesamterlebnis ohne Medienbruch und ohne Zwang, jeden Kanal anzusehen)

**1 2 3 4**

**FRAGE 2.2**

Wie beurteilen Sie die optische Gestaltung des Mediums? (deviceadäquates Konzept, Layout, Animation, Info-Grafik, Illustration, Fotos, Video)

**1 2 3 4**

**FRAGE 3.2** **40 %**

Wie beurteilen Sie die sinnvolle Aufgabenverteilung der verschiedenen Medienkanäle und das Distributionskonzept? (Erreichbarkeit der Zielgruppen in verschiedenen Nutzungssituationen)

**1 2 3 4**

**FRAGE 3.3**

Wie beurteilen Sie die interaktiven Angebote der Einreichung? (Mailfunktion, Webverweise, Bewertungsmöglichkeiten, Social Media, Onlinevotings, Couponing)

**1 2 3 4**

**BITTE WENDEN**  
(WEITERE FRAGEN AUF DER RÜCKSEITE)

10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2C – TOURISMUS UND VERKEHR



best of  
content marketing

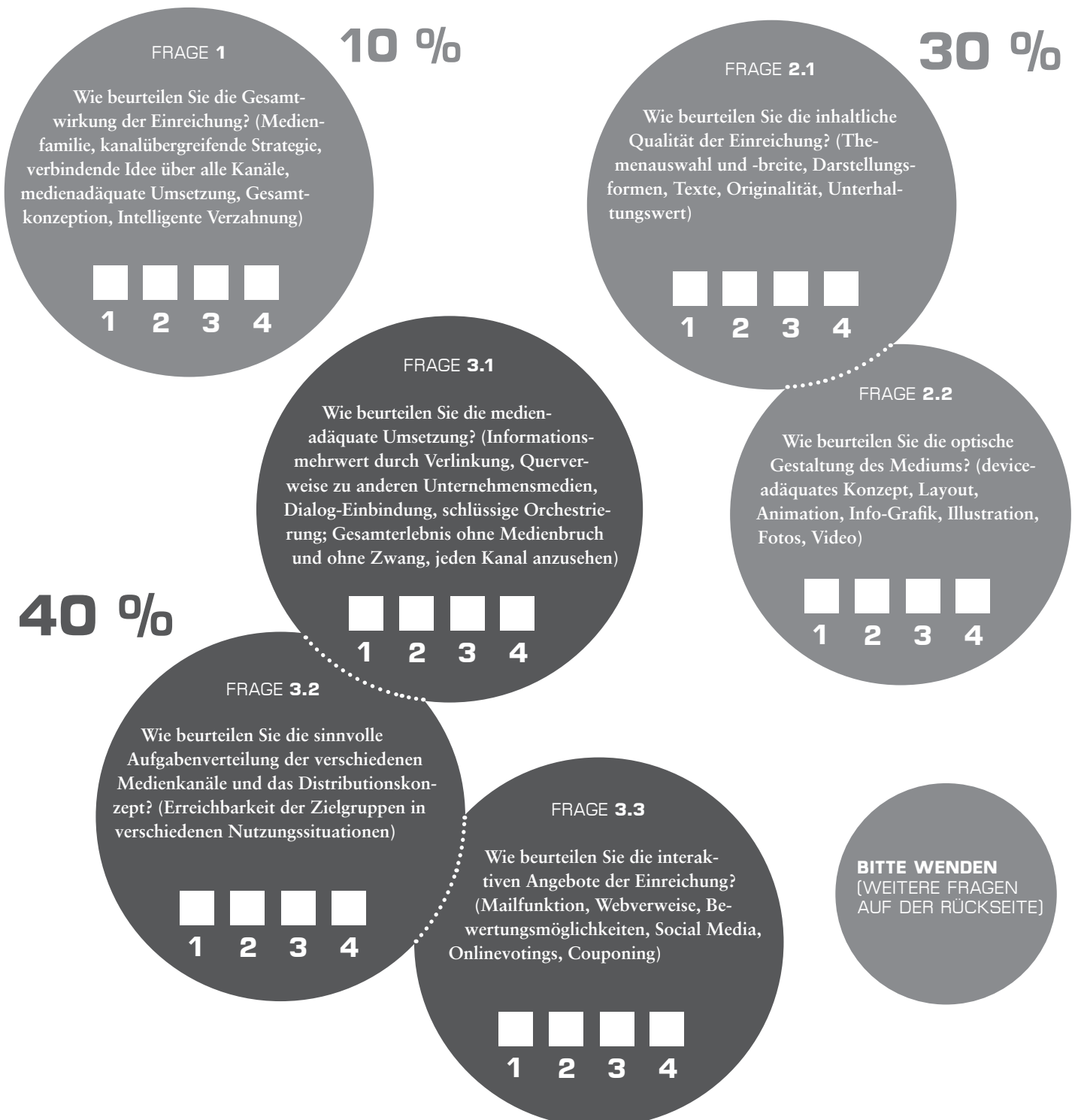
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

# BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CUSTOMER

CROSSMEDIA – B2C – GESUNDHEITSWESEN/PHARMA/CHEMIE



best of  
content marketing

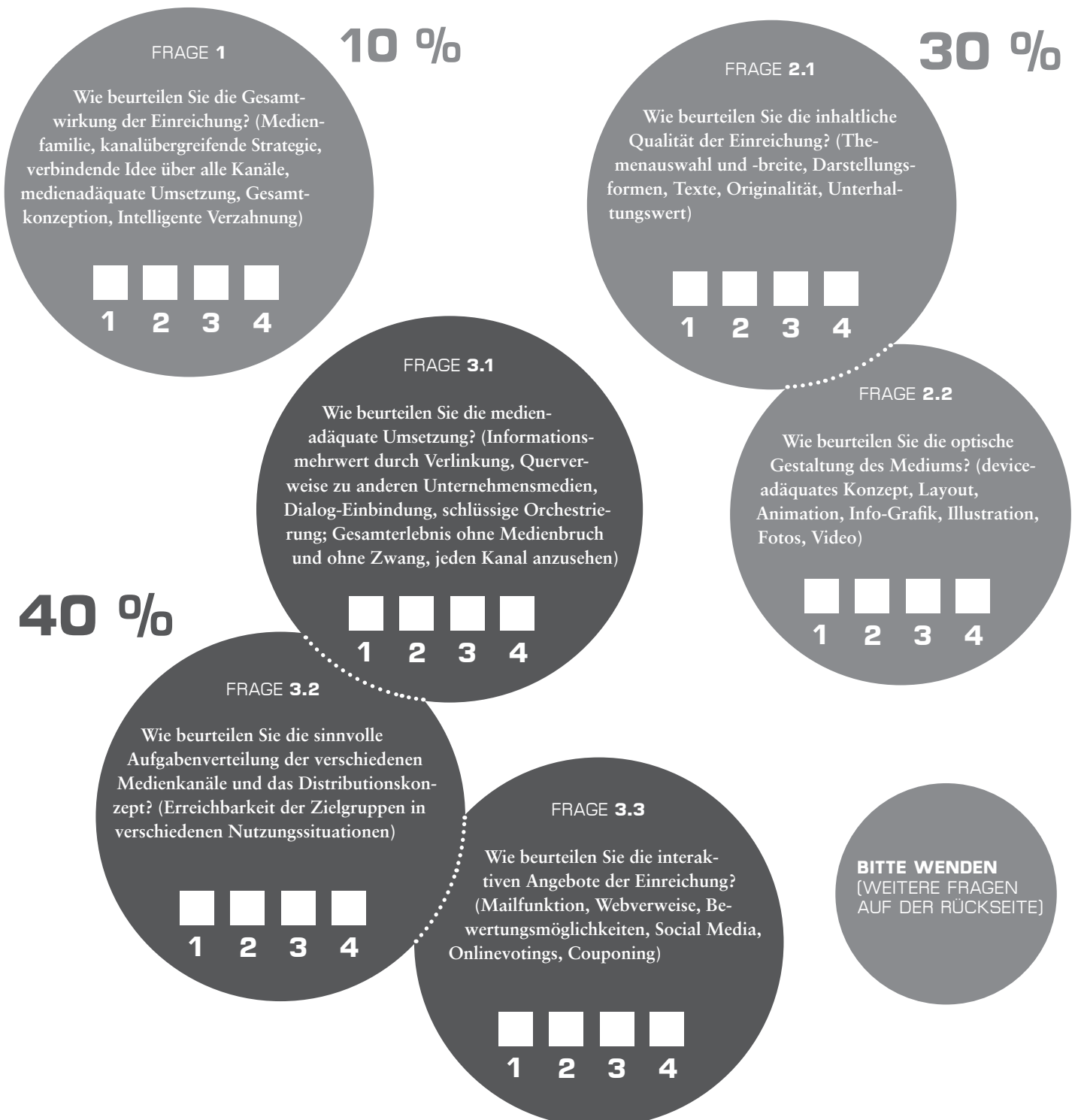
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

## Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---



**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2C – HANDEL / KONSUM



best of  
content marketing

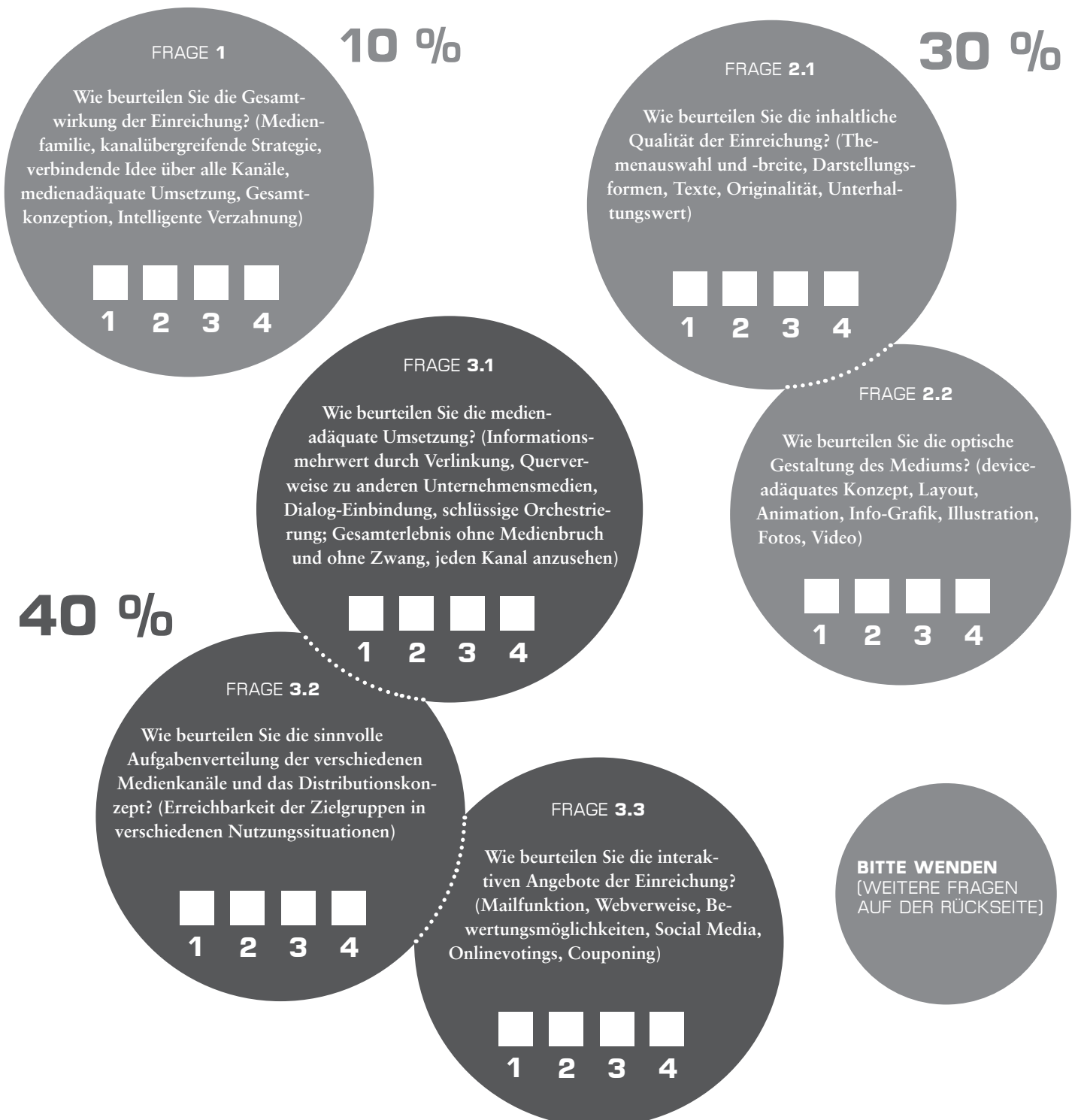
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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

1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)

1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---

**BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN**  
CUSTOMER  
CROSSMEDIA – B2C  
NON-PROFIT / VERBÄNDE / INSTITUTIONEN



best of  
content marketing

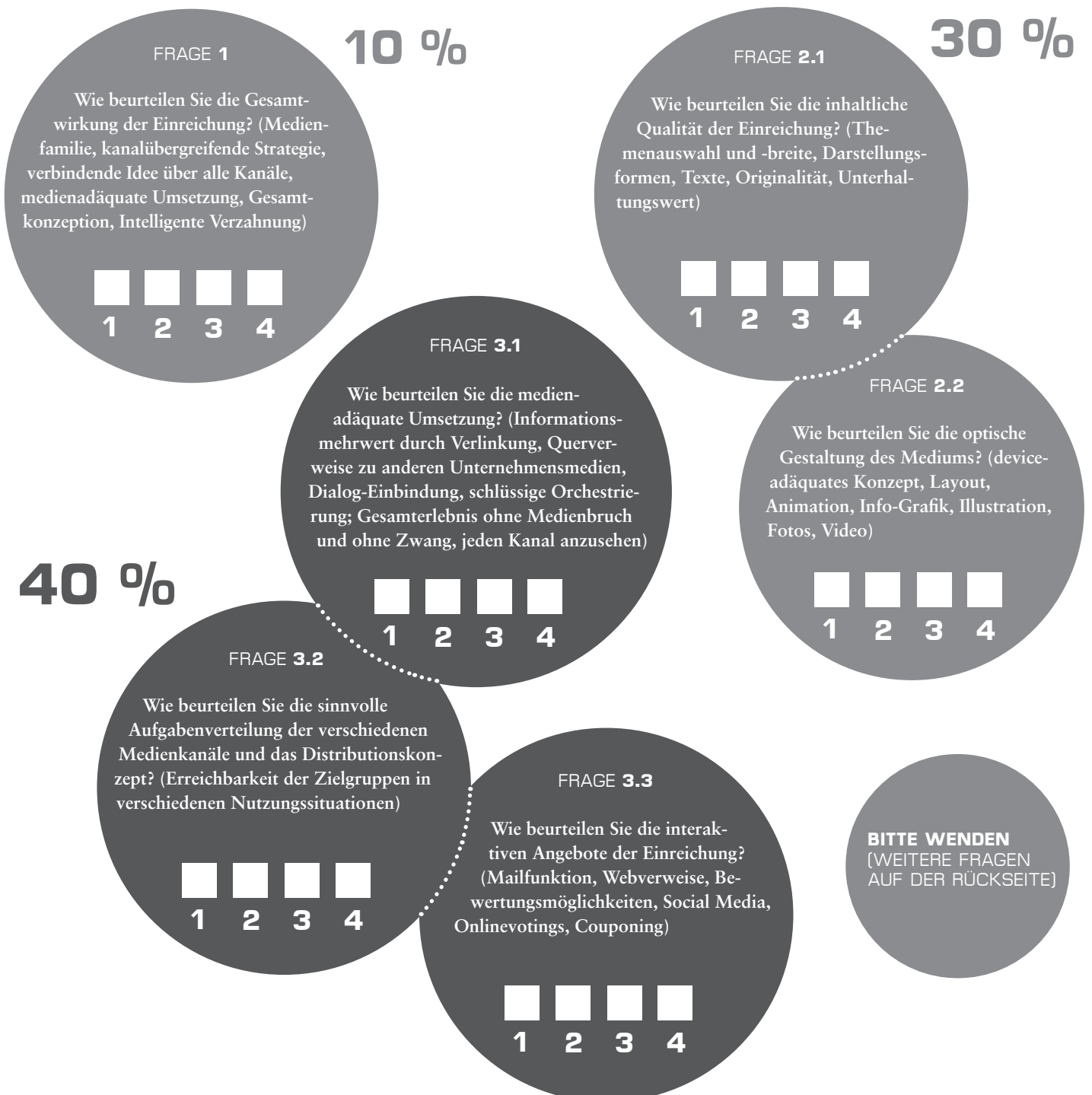
Nummer der Einreichung:  
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

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

Crossmedia-Kommunikation

1. bedeutet für ein Mediensystem grundsätzlich, dass seine verbindende Idee über mindestens zwei Kanäle hinweg spür- und erlebbar ist;
2. weist grundsätzlich mit einer kanalübergreifenden Strategie den verschiedenen Kanälen spezifische Aufgaben zu;
3. sorgt grundsätzlich für eine kanal- und medientypische Anpassung der Inhalte und Dialogangebote;
4. beinhaltet grundsätzlich eine schlüssige Orchestrierung in dem Sinne, dass der Rezipient weder über alle Kanäle surfen muss um das Gesamterlebnis zu erfahren, noch, dass er an den Übergabepunkten zwischen den Kanälen einen Medienbruch erlebt.



10 %

FRAGE 4

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



1 2 3 4

10 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie das Gesamtkonzept der Einreichung? (Marken- und Imageverstärkung, Akquise- und Kundenbindungsrelevanz, kreative und journalistische Exzellenz)



1 2 3 4

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

---

---