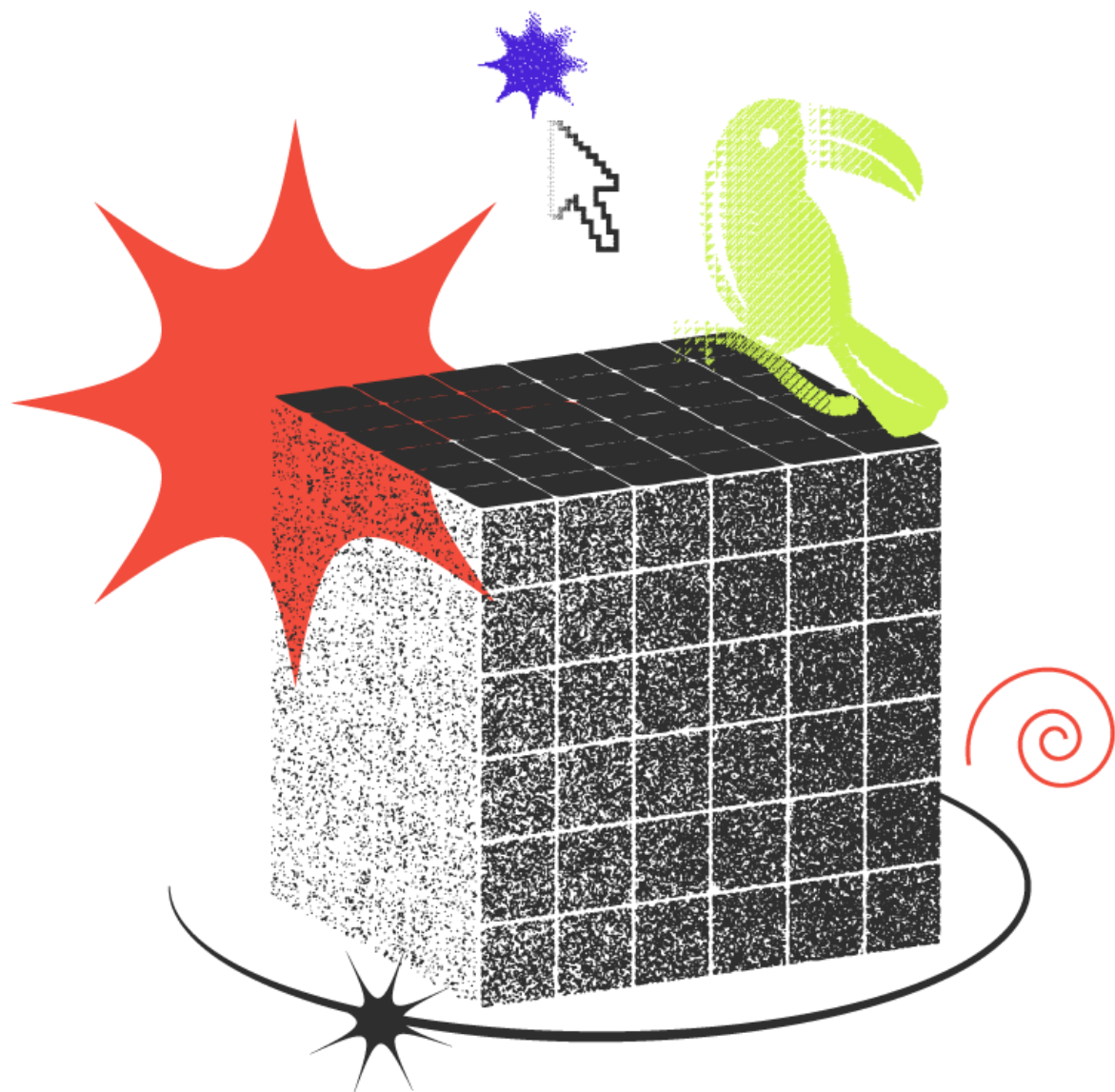




Best of Content & Marketing 2026

Bewertungskriterien

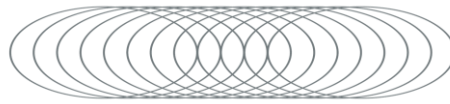
Bewertung des BCM-Awards

Die Bewertung erfolgt nach Sternen von 1 („nicht gut“) bis 10 („sehr gut“).

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.

Kernfrage für die Bewertung ist, ob die eingereichte Arbeit in all den Bewertungsparametern in herausragender Art und Weise INHALTLICH die Zielgruppe bedient und nicht, ob das jeweilige Medium für sich hervorragend ist. Ausnahmen sind die Arbeiten in den Kategorien Art of Storytelling, Strategie und Nachwuchsarbeit des Jahres sowie der Sonderpreis – hier werden andere Parameter zur Bewertung herangezogen.

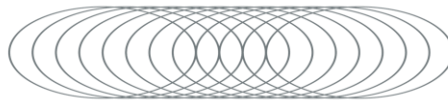


Übersicht der ausgeschriebenen Kategorien:

- Coaching / Trainings / Weiterbildung / Weiterentwicklung
- Essen / Trinken / Genuss
- Finanzen / Versicherung / Steuern / Recht / Beratung
- Freizeit / Spiele / Gaming / Sport
- Gesellschaft / Umwelt / Soziales / Non-Profit
- Gesundheit & Medizin / Pflege / Fitness
- Haus & Garten / Bauen / Wohnen / Energie / DIY
- Kultur / Entertainment / Medien
- Lernen / Erziehung
- Lifestyle / Mode
- Logistik / Transport
- Mobilität / Automobil
- Telekommunikation / IT
- Tourismus / Reisen
- Wissenschaft & Forschung / Innovation
- Art of Storytelling
 - Bild, Illustration & Design
 - Data-driven-Visualization / Infografik
 - Doku
 - Film
 - Tech-driven Storytelling
- Change-Kommunikation
- Content Operations / Newsroom
- Interne Kommunikation & Employer Branding
- Kinder & Jugend
- Nachhaltigkeit & CSR
- Reporting
- Strategie
- Young Talents
- Sonderpreis: Best of efficient Creation Excellence

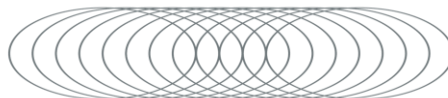
Bewertungskriterien für Interne Kommunikation & Employer Branding, Kinder & Jugend sowie alle Themenfelder:

- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzeption? Wie ist die Gesamtwirkung - inhaltlich, visuell, technisch, räumlich usw.?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe durch die Wahl des Mediums / der Medien / der Kanäle nachvollziehbar?)
- **Zielerreichung** (Wie bewerten Sie die erzielten Resultate hinsichtlich der selbst gesteckten Ziele?)
- **Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative, technische, inhaltliche Umsetzung, die Qualität der Arbeit?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Berührt sie besonders? Ist sie besonders mutig, besonders innovativ?)
- **Markenfit** (Wie gut passt die Arbeit zur Marke? Vertritt sie diese glaubwürdig?)



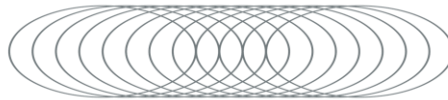
Bewertungskriterien für Change-Kommunikation und Reporting:

- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzeption? Wie ist die Gesamtwirkung - inhaltlich, visuell, technisch, räumlich usw.?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe durch die Wahl des Mediums / der Medien / der Kanäle nachvollziehbar?)
- **Zielerreichung** (Wie bewerten Sie die erzielten Resultate hinsichtlich der selbst gesteckten Ziele?)
- **Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative, technische, inhaltliche Umsetzung, die Glaubwürdigkeit der Arbeit?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Berührt sie besonders? Ist sie besonders mutig, besonders innovativ?)
- **Markenfit** (Wie gut passt die Arbeit zur Marke? Vertritt sie diese glaubwürdig?)



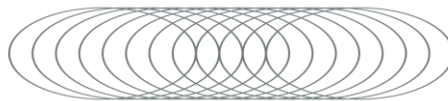
Bewertungskriterien für Nachhaltigkeit & CSR

- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzeption? Wie ist die Gesamtwirkung - inhaltlich, visuell, technisch, räumlich usw.?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe durch die Wahl des Mediums / der Medien / der Kanäle nachvollziehbar?)
- **Zielerreichung** (Wie bewerten Sie die erzielten Resultate hinsichtlich der selbst gesteckten Ziele?)
- **Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative, technische, inhaltliche Umsetzung, die Glaubwürdigkeit der Arbeit?)
- **Plausibilität** (Wie plausibel erscheint Ihnen das dargestellte Nachhaltigkeits-Engagement?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Berührt sie besonders? Ist sie besonders mutig, besonders innovativ?)
- **Markenfit** (Wie gut passt die Arbeit zur Marke? Vertritt sie diese glaubwürdig?)



Bewertungskriterien für Young Talents:

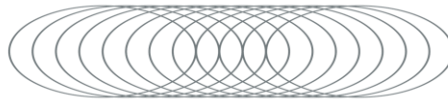
- Gesamtbewertung der Einreichung als Content Marketing Maßnahme
- Wie beurteilen Sie den von dem oder den Young Talent(s) erfüllten Teil der eingereichten Arbeit?
- Wie beurteilen Sie die Uniqueness der Arbeit? Ist sie grenzüberschreitend, innovativ, mutig, berührend oder zeichnet sie sich durch einen Perspektivwechsel aus?



Bewertungskriterien für Art of Storytelling – Data-driven-Visualization / Infografik:

Kernfrage für die Bewertung ist eine herausragende inhaltliche und handwerkliche Umsetzung einer Storytelling-basierten Idee

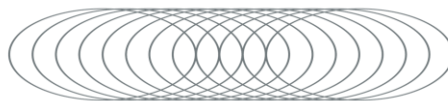
- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzeption? Wie ist die Gesamtwirkung des Storytellings?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe nachvollziehbar?)
- **Konzeptionell-kreative Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative und inhaltliche Umsetzung?)
- **Technisch-handwerkliche Ausführung** (Wie bewerten Sie die Qualität, die Details, die Präzision und die Wahl der technischen Mittel?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Gibt es einen Erkenntnisgewinn oder Überraschungseffekt?)



Bewertungskriterien für Art of Storytelling - Tech-driven Storytelling:

Kernfrage für die Bewertung ist eine herausragende technologische und inhaltliche Umsetzung einer Storytelling-basierten Idee

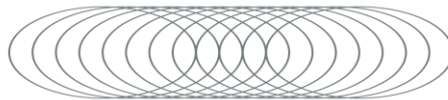
- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzeption? Wie ist die Gesamtwirkung des Storytellings?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe nachvollziehbar?)
- **Konzeptionell-kreative Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative und inhaltliche Umsetzung?)
- **Technologiebasierte Ausführung** (Wie bewerten Sie die Wahl der eingesetzten Technologie und die Qualität in der Umsetzung?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Gibt es einen Überraschungseffekt? Ist der Technologieeinsatz innovativ?)



Bewertungskriterien für Art of Storytelling – Film, Art of Storytelling – Doku und Art of Storytelling – Bild, Illustration & Design:

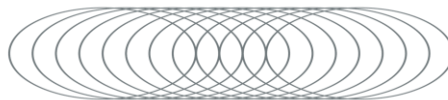
Kernfrage für die Bewertung ist eine herausragende inhaltliche und handwerkliche Umsetzung einer Storytelling-basierten Idee

- **Idee / Konzeption** (Wie beurteilen Sie die Kraft der Idee / Konzept? Wie ist die Gesamtwirkung des Storytellings?)
- **Zielgruppenfit** (Passt die Arbeit zur avisierten Zielgruppe? Ist der Zugang zur Zielgruppe nachvollziehbar?)
- **Konzeptionell-kreative Umsetzung** (Wie bewerten Sie die kreative und inhaltliche Umsetzung?)
- **Technisch-handwerkliche Ausführung** (Wie bewerten Sie die Qualität, die Details, die Präzision und die Wahl der technischen Mittel?)
- **Uniqueness** (Hebt die Arbeit sich inhaltlich ab im Wettbewerb? Berührt sie besonders? Ist sie besonders mutig, besonders innovativ?)



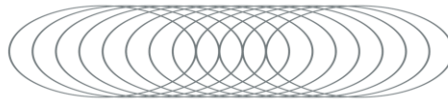
Bewertungskriterien für Strategie:

- Wie beurteilen Sie die Strategie und damit verbundenen strategischen Überlegungen? (relevante Insights zu Zielgruppe, Markt oder Marke als Grundlage)
- Wie beurteilen Sie die Implementierung der Strategie?
- Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeit und Effizienz der Kommunikationsstrategie?
- Wie beurteilen Sie die Erfolgs- und Wirkungsnachweise (Reichweite, Engagement, Conversion, etc.) und die sich daraus ergebende Optimierung der strategischen Umsetzung?
- Inwieweit passt die dargestellte Content Strategie zum Unternehmen? (Ziele, Werte, kreativer Ansatz)



Bewertungskriterien für Content Operations / Newsroom:

- Wie beurteilen Sie die strategische Implementierung der Content Operations / des Newsrooms (Rollen, Verantwortlichkeiten, Einbettung in die Kommunikationsorganisation)?
- Wie beurteilen Sie das technische Setup der Organisation (Planungstools, IT-Systeme, Kollaborationstools)?
- Wie beurteilen Sie die installierten Routinen und Abläufe (Konferenzformate, Planungsrunden, Abstimmungsroutinen, Content-Erstellungsprozesse) in Bezug auf ihre Effizienz und Effektivität?
- Wie beurteilen Sie den Einsatz von Kanälen und Formaten im Hinblick auf die adressierten Zielgruppen?
- Wie beurteilen Sie die Steuerungslogik und die Anpassungsfähigkeit der Content Operations (KPIs, gemeinsame Zielsetzung, Review-Mechanismen)?



Bewertungskriterien für Best of efficient Creation Excellence:

- Gesamtbewertung der kreativen Exzellenz der Content Marketing Maßnahme
- Wie beurteilen Sie die dargestellte Effizienz?
- Wie beurteilen Sie die Nutzung von Daten zur Effizienzsteigerung?
- Wie schlüssig ist die Darstellung der ausschlaggebenden Effizienz-Faktoren?
- Für wie auszeichnungswürdig halten Sie den dargestellten Effizienz-Fortschritt (ggf. im Vergleich zu den in der Einreichung dargestellten Vorgänger-/Benchmark-Projekten)?

