



Schweizer Dialogmarketing Verband

JURY-REGLEMENT SCHWEIZER DIALOGMARKETING-PREIS (SDV AWARD)

1. Aufgaben der Jury

Der Schweizer Dialogmarketing-Preis (SDV Award) wird durch den SDV Schweizer Dialogmarketing Verband veranstaltet und wird jährlich durch die Jury in vorher festgelegten Kategorien vergeben.

Der Schweizer Dialogmarketing-Preis zeichnet Kommunikations-Massnahmen aus, die darauf ausgerichtet sind, durch eine gezielte und prozessorientierte Ansprache eine Interaktion mit einem Dialog zu initiieren; oder durch eine indirekte Ansprache die Grundlage eines nachhaltigen Dialogs zu legen, um die nachweisbaren Ziele zu erreichen. Dabei ist der handlungsauslösende Dialog anhand von Responsezahlen nachzuweisen.

Ob eine Arbeit überhaupt juriert oder in eine andere Kategorie umverteilt wird, entscheidet der Chairman der Jury abschliessend. Juriert wird anhand der Teilnahmeformulare und der Originalmuster. Diese sind unverändert und nicht aufgezogen.

2. Chairman der Jury

Der Chairman der Jury (nachfolgend kurz: Chairman) ist verantwortlich für die neutrale Jurierung der Arbeiten und überwacht den gesamten Prozess der Jurierung. Der Chairman juriert keine Arbeiten.

3. Jurymitglieder und Zusammensetzung der Jury

Der Jury gehören Persönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen der ganzen Dialogmarketing-Branche an. Der Vorstand des SDV als Veranstalter und der Premium Partner sind in der Jury mit je einer Person vertreten.

4. Konstituierung

Der Chairman und die Jury werden jährlich durch den Vorstand des SDV festgelegt.

5. Zeitablauf und duales Jurierungsverfahren

Jurierung 1. Phase

Die Juroren erhalten vom SDV Zugang zu allen Arbeiten und führen die «Jurierungsrunde 1» online und individuell durch. Sie haben hierfür 1 Woche Zeit und erhalten dafür einen individuellen Zugang zum SDV-Jurierungssystem. Jeder Juror bewertet jede Kampagne nach Kreation oder Effizienz.

Jurierung 2. + 3. Phase

Die Jurierung inkl. Metaldiskussion findet an zwei Tagen statt. Die Jurierungsarbeit bedingt eine hundertprozentige physische Anwesenheit der Juroren in der von der Organisation bezeichneten Arbeitszeit.

6. Verschwiegenheit

Mit der Annahme des Jurorenmandates verpflichten sich die Teilnehmenden auf Verschwiegenheit betreffend Jurierungsprozess und der stattfindenden Diskussionen. Die erarbeiteten Jurierungsergebnisse im umfassenden Sinne (nicht nur Awards) bleiben im Interesse der notwendigen Dramaturgie für eine attraktive Preisverleihung bis zur Award-Night geheim.

7. Beschlussfassung

An der Beschlussfassung muss eine Mehrheit der Jurymitglieder beteiligt sein.

8. Umteilung von Arbeiten



Schweizer Dialogmarketing Verband

Fällt einem Juror auf, dass eine Arbeit in der falschen Kategorie ist, kann er dies dem Chairman mitteilen. Dieser fällt die abschliessende Entscheidung, ob die Arbeit in eine andere Kategorie umgeteilt wird und von den betreffenden Juroren unter den Gesichtspunkten der neuen Kategorie erneut beurteilt werden muss. Arbeiten, welche die Metaldiskussion erreicht haben, dürfen nicht mehr umkategorisiert werden.

9. Ausstand

Jurymitglieder dürfen ihre eigenen oder die ihrer Agentur eingereichten Arbeiten nicht bewerten und dürfen sich zu keinem Zeitpunkt – insbesondere nicht bei der Metaldiskussion - zu eigenen Arbeiten äussern. Zu Arbeiten anderer in derselben Kategorie ist jedoch die Äusserung ausdrücklich erwünscht. Für die eigenen Arbeiten darf in der Jury zu keiner Zeit lobbyiert werden.

10. Stichentscheid

Der Chairman hat in jeder Phase der Jurierung das Recht, bei einer Patt-Situation innerhalb der Jury einen Stichentscheid für oder gegen eine Teilnahme in der zweiten Runde, oder für oder gegen eine Award-Vergabe in der dritten Runde zu fällen.

11. Award-Vergabe

Jede Arbeit kann maximal zwei Awards gewinnen (exkl. „Branchenpreise“). Ist eine Arbeit in mehreren Kategorien eingereicht worden und würde sie aufgrund der Diskussion in Runde 3 in drei oder mehreren Kategorien Edelmetall gewinnen, so entscheidet die Jury (mit Stichentscheid des Chairman bei einer Pattsituation), in welchen Kategorien die zwei Awards verliehen werden. In den übrigen Kategorien erhält die Arbeit einen Letter of Distinction.

12. Bewertungsgrundlagen und Gewichtung – Duale Jurierungsverfahren

12.1. Ablauf der Jurierung

Die Jurierung findet in drei Phasen statt:

- Phase 1: Basisbewertung online
- Phase 2: Finale Bewertung am Jurierungstag 1
- Phase 3: Auszeichnungsdiskussion am Jurierungstag 2

12.2. Bewertungsgrundlagen für die Phase 1

Die erste Runde findet online statt. Die Jury wird in zwei Gruppen aufgeteilt. Die Gruppe «Kreation» bewertet die Strategie und die Lösung, die kreative Idee und Umsetzung. Die Gruppe «Effizienz» bewertet das Ergebnis und die Wirkung der Kampagne. Jeder Juror vergibt pro Arbeit 1-6 Punkte. Die Gesamtpunktzahl ALLER Juroren geteilt durch die Anzahl der Juroren ergibt das Ergebnis für jede Arbeit und entscheidet über das Weiterkommen in die 2.Runde. Der Ausstand (Punkt 9) gilt auch hier.

- A. **KREATION - Strategie/Lösung**: Gesucht werden überzeugende Konzepte mit einer auf die Problemstellung bezogenen Kommunikationsidee, die kreativ, zielgruppengerecht und reaktionsbezogen umgesetzt wurde. Gesucht wird handwerkliches Können in der Umsetzung bezüglich Design, Text, Fotografie und Illustration sowie besonders gute Dialogkommunikationselemente, innovative Formen der Zielgruppenansprache, vor- oder nachgelagerte Schritte, die von der Konzeptgrundlage der eingereichten Arbeit ausgehen usw. Fehlt eine klare Beschreibung im Teilnahmeformular, dürfen hier keine Punkte vergeben werden.
1 - 6 Punkte
- B. **EFFIZIENZ - Ergebnis/Wirkung**: Beurteilt werden hier erreichte, messbare Resultate, welche eine wirtschaftliche Relevanz beinhalten. Geplante, messbare Ziele (qualitativ und quantitativ) müssen erreicht



Schweizer Dialogmarketing Verband

oder überschritten worden sein (Rücklauf, Verkäufe, Cost per Lead/Response, Investiertes Budget usw.). Fehlen diese Angaben im Teilnahmeformular oder sind sie nicht nachvollziehbar oder unverständlich, dürfen hier keine Punkte vergeben werden. Ausnahme: Arbeiten in den Kategorien Handwerk werden nicht nach der Effizienz bewertet.

1 - 6 Punkte

Die Jury orientiert sich für die Vergabe der Wertungspunkte an das folgende Punktesystem.

1 Punkt: Kampagne verdient keinen Award

2 Punkte: Kampagne verdient einen Letter of Distinction

3 Punkte: Kampagne verdient Bronze

4 Punkte Kampagne verdient Silber

5 Punkte Kampagne verdient Gold

6 Punkte Kampagne verdient Branchenpreis

Für alle Kategorien gilt:

- Arbeiten mit weniger als 2 Punkten aus dem Durchschnitt aus Kreation/Effizienz berechnet, kommen nicht in die 2. Runde.
- Arbeiten ab 3 Punkten aus dem Durchschnitt aus Kreation/Effizienz berechnet kommen sicher in die 2. Runde
- jeweils ca. 20% der punktbesten Arbeiten der jeweiligen Kategorie aus der Gruppe „Kreation“ werden automatisch auf die Liste für die Metaldiskussion (Longlist) gesetzt
- jeweils 20% der punktbesten Arbeiten der jeweiligen Kategorie aus der Gruppe „Effizienz“ werden automatisch auf die Longlist gesetzt
- Arbeiten die durch die 20%-Regel automatisch auf die Longlist kommen, aber nicht zu den 50% der besten Arbeiten gehören.

12.3. Bewertungsgrundlagen für die Runde 2

Der Ausstand (Punkt 9) gilt auch hier. Für jede Arbeit können maximal 6 Wertungspunkte vergeben werden:

EFFIZIENZ/KREATION

1 – 6 Punkte

Die 2. Runde findet an der Jurysitzung statt. Hier wird über die Arbeiten für die Runde 3 entschieden. Alle Juroren bewerten alle verbliebenen Arbeiten aller Kategorien mit einer Punktzahl (1-6) für Kreation/Effizienz.

Ausnahme: Arbeiten in den Kategorien Handwerk werden nicht nach der Effizienz bewertet.

Die 6er-Skala bedeutet in dieser Runde:

1 Punkt: Kampagne verdient keinen Award

2 Punkte: Kampagne verdient einen Letter of Distinction

3 Punkte: Kampagne verdient Bronze

4 Punkte Kampagne verdient Silber

5 Punkte Kampagne verdient Gold

6 Punkte Kampagne verdient Branchenpreis



Schweizer Dialogmarketing Verband

Nur Arbeiten mit den höchsten Punkten in den Kategorien kommen auf die Liste für die Metaldiskussion (Shortlist). Es gibt keine Mindestzahl für eine Kategorie, nur die Punkte entscheiden. D.h. es ist möglich, dass eine Kategorie nicht auf dieser Liste vertreten ist.

Die Punkte-Grenze wird durch den Juryvorsitzenden festgelegt. Bei Punktgleichheit oder einem geringen Abstand von bis zu einem Punkt kann der Juryvorsitzende weitere Arbeiten zulassen und somit die Maximalanzahl überschreiten.

12.3.1. Bewertungsgrundlagen für die Runde 3

Die Diskussion über die Shortlist und Abstimmung der Medaillen.

Der Juryvorsitzende leitet die Abstimmung, stimmt aber jeweils als Letzter nur bei Pattsituationen ab. Vor der eigentlichen Abstimmung einer Kategorie bekommen alle Jurymitglieder das Ergebnis nach Punkten zu sehen. Es wird nun zuerst diskutiert, ob das Ergebnis OK ist und alle Arbeiten dieser Kategorie auf der Shortlist verbleiben sollen. Das Herausnehmen einer Arbeit ist auf Antrag und anschliessender Abstimmung mit 2/3 der Stimmen möglich. Nun können auf Antrag einzelne Arbeiten, die den Punkteschnitt knapp verfehlt haben, mit 2/3 der Stimmen auf die Shortlist gewählt werden.

Jede Arbeit auf dieser endgültigen Shortlist bekommt sicher eine Auszeichnung. Nach den Kategorien geordnet, werden alle Arbeiten einzeln aufgelegt und von der gesamten Jury zur offenen oder, wenn technisch möglich, anonymen Abstimmung gebracht, beginnend mit der punktbesten Arbeit. Vor der Abstimmung jeder Arbeit sind Wortmeldungen möglich, eigene Arbeiten dürfen nicht kommentiert werden. Für ein positives Abstimmungsergebnis ist eine 2/3 Mehrheit notwendig.

- Erste Abstimmung: Hat die Arbeit einen Letter verdient?
- Zweite Abstimmung: Hat die Arbeit BRONZE verdient?
Wenn genügend Stimmen auf die Arbeit entfallen:
- Dritte Abstimmung: Hat die Arbeit SILBER verdient?
Wenn genügend Stimmen auf die Arbeit entfallen:
- Vierte Abstimmung: Hat die Arbeit GOLD verdient?

Es ist möglich, dass in einer Kategorie mehrere oder keine Gold- (Silber, Bronze-) Medaille vergeben wird. Es ist ebenso möglich, dass in der gemeinsamen Abstimmung die Rangfolge der Kategorie aus der Shortlist verändert wird. Die Jury wird angehalten nicht zu stark von der vorgegebenen Reihenfolge abzuweichen, um den vorangegangenen Juryprozess nicht zu negieren.

13. Entschädigung

Die Mitarbeit in der Jury ist ehrenamtlich. Die Jury-Mitglieder werden in der Ausschreibung, auf der Webseite des SDV Awards und in der Gewinnerbroschüre mit Foto und Firmenzugehörigkeit publiziert.

14. Unterstützung der Jury

Der SDV stellt die administrativen Ressourcen, wenn möglich zur Verfügung. Die Jurymitglieder werden im Voraus über die Daten der Jurierung und das Prozedere informiert.

15. Schlussbestimmungen

Dieses Reglement wurde im September 2016 angepasst und tritt per sofort in Kraft. Punkte, welche für die Teilnehmer des Schweizer Dialogmarketing-Preises relevant sind, können in Absprache mit dem SDV veröffentlicht werden.

KATEGORIEN UND PREISE



Schweizer Dialogmarketing Verband

A . BRANCHEN KATEGORIEN - (Einzelpreis für den Besten)

Kampagnen für FINANZDIENSTLEISTER
Kampagnen für HANDEL / E-Commerce
Kampagnen für KONSUMGÜTER / FMCG
Kampagnen in der AUTOMOBIL-BRANCHE
Kampagnen in der Kommunikations- und Informationstechnologie
Kampagnen in der MEDIEN-Branche
Kampagnen zwecks DM-DIENSTLEISTER Eigenwerbung
Kampagnen für Non-Profit-Organisationen & Prävention

B. MEDIEN KATEGORIEN - (Gold, Silber, Bronze, Letter of Distinction)

Mailing B2C (2D) über 100'000 Ex
Mailing B2C (2D) bis 100'000 Ex.
Mailing B2B (2D)
Mailing 3D (B2B & B2C)
POS-Aktionen / teil- oder unadressierte Massnahmen
Ambient-Event
Multichannel
Dialogkampagnen mit dem Schwerpunkt E-Mail-Marketing & Social Media
Digital: Creative use of Data

C. SPEZIALKATEGORIEN - (Gold, Silber, Bronze, Letter of Distinction)

Kundenbindungsprogramme
Handwerk: Art Direction
Handwerk: Production oder Text

Frauenfeld/St. Gallen, 3. Oktober 2018