



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 Jurierungsverfahren**

#### **Jurierung 1. Runde**

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 und Effizienz. Die Resultate aus dieser Runde dienen in erster Linie als Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für die Runde zwei, haben aber noch keine Relevanz dafür ob eine Arbeit weiterkommt oder nicht. Die erste Jurierungsrunde muss von allen Juroren bewertet werden. Juroren, die die erste Runde nicht jurierten, werden von der weiteren Jurierung ausgeschlossen.»

#### **Jurierung 2. und 3. Runde**

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.

**Runde 2:** Die Jury wird durch den Chairman in drei Gruppen aufgeteilt. Jede dieser Gruppen beurteilt ca. 1/3 der eingereichten Arbeiten. Jede Gruppe diskutiert dann unter der Leitung eines jeweils noch zu bestimmenden Gruppenleiters welche Arbeiten auf die Shortlist gesetzt werden.



## Schweizer Dialogmarketing Verband

**Runde 3:** Das Plenum aller Juroren bewertet alle Arbeiten, die auf der Shortlist stehen und vergibt in den einzelnen Kategorien die Bronze-, Silber- und Goldawards, bzw. die Branchenpreise.

Findet ein Juror in der dritten Runde, dass eine Arbeit nicht/oder auf die Shortlist gehört braucht es eine 2/3-Mehrheit, um der Arbeit den Shortlist-Status wieder zu entziehen bzw. auf die Shortlist zu setzen.

### **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**

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.

### **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 und den Branchenpreis gewinnen. 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 – Jurierungsverfahren**

#### **12.1. Ablauf der Jurierung**

Die Jurierung findet in drei Runden statt:

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

#### **12.2. Bewertungsgrundlagen für die Runde 1**

Die erste Runde findet online statt. Die Jury bewertet die Arbeiten nach Kreativität und Effizienz auf einer Skala von 1 – 6. Der Ausstand (Punkt 9) gilt auch hier.



## Schweizer Dialogmarketing Verband

A. KREATION - 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 Dialogkommunikations-elemente, 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 - Beurteilt werden hier erreichte, messbare Resultate, welche eine wirtschaftliche Relevanz beinhalten. Geplante, messbare Ziele (qualitativ und quantitativ) müssen erreicht 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

Ausnahme:

- Arbeiten in den Kategorien Handwerk werden nicht nach der Effizienz bewertet.
- Arbeiten der Kategorie Streuwurf werden nicht nach der Kreation bewertet

### **12.3. Bewertungsgrundlagen für die Runde 2**

Die 2. Runde findet an der Jurysitzung statt. Der Ausstand (Punkt 9) gilt auch hier.

#### EFFIZIENZ/KREATION

Hier wird über die Arbeiten wie in Punkt 5 beschrieben entschieden. Die Juroren werden in drei Gruppen aufgeteilt und bewerten jeweils ca. 1/3 aller Arbeiten. Jede Jurygruppe entscheiden per einfachem Mehr ob eine Arbeit auf die Shortlist kommt oder nicht.

Ausnahme:

- Arbeiten in den Kategorien Handwerk werden nicht nach der Effizienz bewertet.
- Arbeiten der Kategorie Streuwurf werden nicht nach der Kreation bewertet

Die Bewertung:

1: Kampagne verdient keinen Award

2: Kampagne verdient einen Preis



## Schweizer Dialogmarketing Verband

### **12.3.1. Bewertungsgrundlagen für die Runde 3**

Die Diskussion über die Shortlist und Abstimmung der Awards. 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 oder auf die Liste setzen einer Arbeit ist auf Antrag und anschliessender Abstimmung mit 2/3 der Stimmen möglich.

Jede Arbeit auf dieser endgültigen Shortlist bekommt sicher eine Auszeichnung. Nach den Kategorien geordnet, werden alle Arbeiten einzeln aufgelegt, diskutiert und von der gesamten Jury zur offenen Abstimmung gebracht. 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 BRONZE verdient?  
Wenn genügend Stimmen auf die Arbeit entfallen:
- Zweite Abstimmung: Hat die Arbeit SILBER verdient?  
Wenn genügend Stimmen auf die Arbeit entfallen:
- Dritte 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 2018 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.



## Schweizer Dialogmarketing Verband

### **KATEGORIEN UND PREISE**

#### **A . BRANCHEN KATEGORIEN - (Einzelpreis für den Besten)**

Kampagnen für FINANZDIENSTLEISTER & VERSICHERUNGEN

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)**

Streuwurf

Mailing B2C (2D) über 50'000 Ex

Mailing B2C (2D) bis 50'000 Ex.

Mailing B2B (2D)

Mailing 3D (B2B & B2C)

Ambient-Event & POS-Aktionen

Multichannel

Dialogkampagnen mit dem Schwerpunkt E-Mail-Marketing & Social Media

Creative use of Data

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

Kundenbindungsprogramme

Handwerk: Art Direction

Handwerk: Production oder Text

St. Gallen, September 2019