



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

DEUTSCHER MARKETING PREIS 2015

Die Auszeichnung für erfolgreiches Marketing



**JETZT
BEWERBEN!**

Bewerben Sie sich jetzt für den Deutschen Marketing Preis 2015

Der Deutsche Marketing Preis ist seit 1973 die Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing, die auch über die Branche hinweg Relevanz besitzt. Die Liste der Preisträger liest sich wie das „Who-is-Who“ der deutschen Wirtschaft. Entscheidend für die Preisvergabe ist, dass ein integriertes Marketing-Konzept und der Einsatz der Techniken und Instrumente des Marketings den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens begründet haben. Bewertet werden ganzheitliche Unternehmensstrategien, ebenso wie spezifische Produkt- oder Markenführungsstrategien.

Die Kriterien

- Die Marketingleistung muss in ihrer Konzeption beispielhaft für eine konsequente Marktorientierung sein.
- Die Marketingleistung kann national, international oder global angelegt sein, muss jedoch einen Bezug zum Standort Deutschland haben.
- Die Marketingleistung muss in ihrer ökonomischen Relevanz nachvollziehbar sein.
- Die Marketingleistung darf nicht im Widerspruch zu dem ethisch-gesellschaftlichen Selbstverständnis des Deutschen Marketing Verbands stehen.

Damit stehen Kriterien im Vordergrund wie:

- Die Durchgängigkeit und Kontinuität in der Markenführung – die integrierte Gesamtleistung der Vorjahre.
- Herausragende Marketingleistung entlang aller sog. „P’s“ – also: Preisgestaltung, Vertriebsleistung, Marketing-Kommunikation, Produktgestaltung.
- Marketing über alle Kundeninteraktionskanäle hinweg – sowohl Offline als auch Digital.
- Systematische und erkennbare/erlebba-re Ergebnisse sowie deren nachweisbare Beziehung zum Unternehmenserfolg.

Diese Kriterien spiegeln sich auch in den einzureichenden Unterlagen und Informationen wider. Es geht hier damit explizit nicht darum, einzelne Kampagnen und deren kreative Umsetzung (im Sinne eines Kreativpreises) auszuzeichnen.



Ihre Bewerbung

Bitte bewerben Sie sich mit einer Darstellung Ihrer Marketingleistung. Sie sollte folgende Punkte umfassen:

Unternehmensinformationen

- Unternehmensbezeichnung
- Ansprechpartner im Unternehmen
- evtl. Ansprechpartner in der Agentur
- Unternehmensgeschichte /-entwicklung
- Unternehmensstruktur
- Produkt-/Leistungsportfolio
- Wirtschaftliche Kennzahlen
- Branche
- Standorte
- Beschäftigte
- Struktur Marketing-Organisation

Marketingleistung

- Marktdefinition und -daten
- Wettbewerbsumfeld
- Marktposition
- Marketingstrategie
 - Zielsetzung
 - Umsetzung im Marketing-Mix
- Ergebnis
 - Marktanteilsentwicklung
 - Wettbewerbsposition
 - Umsatzentwicklung
 - Return on Marketing Investment
 - Awareness



Die Bewerbungsunterlagen

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen in digitaler Form bis zum 15.04.2015 an Herrn Carlo Teichmann, E-Mail: teichmann@marketingverband.de.

Deutscher Marketing Verband e.V.
Lindemannstraße 82
40237 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211.864 06-12

Das Bewerbungsverfahren

Das Bewerbungsverfahren ist darauf ausgelegt, maximale Transparenz sowohl in Bezug auf den Ablauf, als auch die für die Bewertung herangezogenen Kriterien zu gewährleisten. Dieses Verfahren folgt insgesamt 7 Phasen:

Phase 1 („Bewerbung“): Unternehmen werden zur selbständigen Einreichung ihrer Bewerbungsunterlagen aufgefordert („Eigen-Einreichung“). Gleichzeitig wird über die Absatzwirtschaft als auch über andere Publikationen und Kanäle die Möglichkeit zur Einreichung prominent und breit beworben.

Phase 2 („Nominierung – Long-List & Watch-List“): Aus dem Kreis der Jury, des Kuratoriums, des Beirats, des Vorstands, von Agenturen, der Absatzwirtschaft und von anderen Verbänden werden weitere potenzielle Kandidaten für die Long-List nominiert. Jede Nominierung umfasst eine kurze inhaltliche Begründung. Zudem wird eine Watch-List mit den Unternehmen erstellt, die sich bereits in den Vorjahren beworben hatten, jedoch aus Sicht der Jury zu diesem Zeitpunkt noch keine greifbaren Ergebnisse aufzeigen konnten.

Phase 3 („Vor-Qualifizierung“): Mittels eines standardisierten Fragenbogens werden alle potenziellen Kandidaten angefragt, welche Leistungen bei denen im Bereich Marketing / Vertrieb über die letzten Jahre im Fokus gestanden haben und warum gerade diese Leistungen ausgezeichnet werden sollten.

Phase 4 („Online-Bewertung“): Die Jury nimmt auf dieser Grundlage eine Online-Vorbewertung vor. Als Ergebnis dieser Bewertung werden die Top Kandidaten zur Präsentation bei der Jury-Sitzung für den Deutschen Marketing Preis eingeladen.

Phase 5 („Jury-Sitzung“): Die Top Kandidaten präsentieren vor der Fachjury. Sie werden nach der Präsentation umgehend über die Entscheidung der Jury informiert.

Phase 6 („Absprache Gala Deutscher Marketing Preis“): Gemeinsam mit dem Preisträger werden sämtliche weitere Kommunikation und der Ablauf der Verleihung des Deutschen Marketing Preises abgesprochen.

Phase 7 („Gala Abend Deutscher Marketing Preis“): Der Deutsche Marketing Preis wird im Rahmen eines Galaabends verliehen.

	1	2	3	4	5	6	7
Aufgaben & Meilensteine	Bewerbung Eigen-Einreichung: Breite Bewerbung und Ausschreibung u.a. durch: · Anzeigen, z.B. in Absatzwirtschaft · Newsletter · Social Media · Mailings · Marketing Clubs · Pressemeldungen	Nominierung Long-List & Watch-List Long-List aus: · Jury · Kuratorium · Beirat DMV e.V. · Vorstand DMV · Agenturen · Absatzwirtschaft · andere Verbände Watch-List aus: · Unternehmen, die sich in den Vorjahren beworben hatten	Vor-Qualifizierung Schriftliche / Telefonische Abfrage bei nominierten Kandidaten: · was wurde im Marketing/Vertrieb über letzten Jahre gemacht? · Validierung, Begründungen und Gewinnung weiterer Informationen je Unternehmen · Abfrage zur Bereitschaft der Teilnahme	Online-Bewertung · erste Bewertung der reduzierten Long-List anhand der Kriterien durch die Jury · Fokus auf die Top Kandidaten (mit den meisten Punkten/dem höchsten Durchschnittswert) · Einladung der Top Kandidaten zur Jury-Sitzung	Jury-Sitzung · Präsentation und Diskussion der Top Kandidaten · Bewertung durch die Jury anhand der Kriterien und der persönlichen Diskussion · Entscheidung · Kommunikation nachfolgend an Preisträger	Absprache Gala Deutscher Marketing Preis · Absprache der Inszenierung des Deutschen Marketing Preises im Rahmen der Gala zum Deutschen Marketing Tag · Absprache des Kommunikationsplan	Gala Abend Deutscher Marketing Preis · Laudatio · Verleihung des Deutschen Marketing Preises · Gala-Dinner
Datum	Februar bis Ende März	bis Ende März	Ende März bis Mitte April	Mitte April bis Ende April	Juni	August	3.12.2015 Stuttgart

Impressionen

IMMOBILIEN

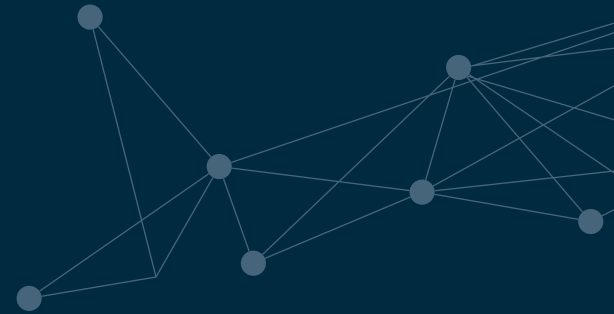
SCOUT 24

Preisträger 2014



Die Marketing-Champions

2014	ImmobilienScout24	1993	Junghans Uhren
2013	Lindt Deutschland	1992	Wilkhahn
2012	Zalando	1991	Henkel
2011	Schüco	1990	AEG Hausgeräte
2010	Deutsche Telekom	1989	Würth
2009	Schwarzkopf	1988	BMW
2008	Deutsche Lufthansa	1987	Schleswig-Holstein Musik Festival
2007	Bosch Power Tools	1986	Hussel
2006	HUGO BOSS	1985	adidas
2005	Tchibo	1984	Schott Glaswerke
2004	Porsche	1983	Andreas Stihl
2003	Zeitungsgruppe BILD	1982	Otto Versand
2002	Loewe	1981	Beiersdorf
2001	Red Bull	1980	Erco-Leuchten
2000	Miele	1979	Ikea Deutschland
1999	Volkswagen	1978	Nixdorf-Computer
1998	SmithKline Beecham	1977	Daimler-Benz
1997	Kärcher	1976	Falke
1996	GROHE	1975	Pfanni
1995	OBI	1974	fz-Frischdienst-Zentrale
1994	Suchard Tobler	1973	Klaus Esser



Die Jury

Die Entscheidung trifft eine vom Deutschen Marketing Verband eingesetzte unabhängige Jury mit insgesamt 20 namhaften Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.



Der Galaabend

Ist der Sieger ermittelt, beginnen die Vorbereitungen zur exklusiven Preisverleihung: Bei einem Galaabend im Rahmen des Deutschen Marketing Tags am 03.12.2015 in Stuttgart wird der Deutsche Marketing Preis übergeben. Der Deutsche Marketing Verband und der Preisträger organisieren und gestalten den Galaabend der Preisverleihung gemeinsam. Die Ausgestaltung und Inszenierung des Galaabends wird eng mit dem Preisträger im Vorfeld abgesprochen. So kann er ihn ganz nach seinen Wünschen gestalten. In ähnlicher Form wird auch die gesamte Kommunikation abgesprochen.

www.deutscher-marketing-preis.de
www.marketingverband.de

