

Anlage 1

BHB-BranchenAward - Bewertungskriterien in den Kategorien

I. Allgemeine Zulassungskriterien:

1. Bewerbungen von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen sind gleichermaßen erwünscht.
2. Der Gegenstand des Wettbewerbsbeitrages darf nicht im Widerspruch zum Branchenverständnis und dem Verbandszweck des BHB stehen.
3. Der Gegenstand des Wettbewerbsbeitrages muss seine Hauptanwendung in den Vertriebslinien „stationärer Baumarkt- und Gartencenterhandel“ haben. Rein Digitale Entwicklungen sind dann als Wettbewerbsbeitrag zugelassen, wenn sie die Prozesse am POS unterstützen.
4. Die Innovationen aus den vier ständigen Bewertungskategorien (**Best of Product, Best of Process, Best of Communication, Best of Eco**) dürfen jeweils erst seit max. zwei Jahren auf dem Markt bzw. in Anwendung sein.

II. Bewertungskriterien der jeweiligen Kategorien:

Kategorie 1: Best of Product

- a. Wie hoch ist der praktische Nutzwert der Innovation?
- b. Wie elementar ist das Bedürfnis, das erkannt und mit der Innovation erfüllt wurde.
- c. Welches Entwicklungs-Know How steckt in der Innovation?
- d. Welche Absatz-Chancen hat die Innovation? Ist die Innovation mit Blick auf die Produktkategorie vermarktungsfähig?
- e. Wird die Innovation als solche vom Kunden erkannt?
- f. Wie ist Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen (inkl. (Einhaltung der Präsentationszeit, nach Schwerpunkten gewichtete Präsentation) und ggf. der Präsentation?

Kategorie 2: Best of Process

- a. Wie hoch ist der praktische Nutzwert der Innovation?
- b. Wie elementar ist das Bedürfnis, das erkannt und mit der Innovation erfüllt wurde.
- c. Welches Entwicklungs-Know How steckt in der Prozessinnovation?

- d. Welche Chancen der flächendeckenden Anwendung hat die Prozessinnovation? Ist die Innovation mit Blick auf die Kategorie vermarktungsfähig?
- e. Wird die Innovation als solche vom Kunden / Partner erkannt?
- f. Wie ist Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

Kategorie 3: Best of Communication

- a. Wie grenzt sich das Kommunikations-/ Marketingkonzept im Vergleich zu anderen strategischen Ansätzen der Branche ab? Welche Besonderheiten hat es?
- b. Welche Kreativleistung steht hinter der Grundidee und der Umsetzung des Kommunikations-/Marketingkonzepts?
- c. Wurden die Bedürfnisse der Zielgruppe erkannt? Wurde die Zielgruppe entsprechend adressiert und die gesetzten Ziele realisiert?
- d. Wie wird das Konzept im Mix der Kundenansprache genutzt? Welche Disziplinen/ Kommunikationsmittel sind in der Umsetzung involviert?
- e. Wie ist der Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

Kategorie 4: Best of Eco

- a. Durch welche Merkmale zeichnet sich das Unternehmen/ die Prozess-Innovation als tatsächlich nachhaltig (ökologisch/ ökonomisch/ sozial) aus?
- b. Sind die Maßnahmen vollständig ins Kerngeschäft integriert?
- c. Sind alle drei Dimensionen abgedeckt?
 - i. Inwieweit wurde die ökologische Dimension abgedeckt?
 - ii. Inwieweit wurde die soziale Dimension abgedeckt?
 - iii. Inwieweit wurde die ökonomische Dimension abgedeckt?
- d. Wie glaubwürdig/ transparent werden die CSR-Maßnahmen kommuniziert?
- e. Wie ist der Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

Sonderkategorie BHB-SpecialAward

In dieser Kategorie erfolgen keine Nominierungen. Es gibt keine festen Bewertungskriterien. Wettbewerbsbeiträge, die sich nicht unter die vier Kategorien fassen lassen und die die Jury nach individueller Bewertung als preiswürdig einstuft, können mit einem Sonderpreis ausgezeichnet werden.

Die Anregung, einen Wettbewerbsbeitrag mit einem **BHB Special Award** in einer Sonderkategorie auszuzeichnen, ist mit Begründung statthaft.