



St

p



Staatspreis
Public Relations 2016





Vizekanzler Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft verleiht mit dem Staatspreis Public Relations 2016 zum 33. Mal die höchste Auszeichnung der Republik Österreich für PR-Leistungen.

Wir zeichnen PR-Maßnahmen aus, die mit besonders innovativen Konzepten klar definierte Kommunikationsziele erreichen, zu einer optimalen Marktpräsenz führen und Wertschöpfung erzeugen. Die Preisträger stellen unter Beweis, dass gute PR einerseits maßgeblicher Erfolgsfaktor für eine starke Positionierung im Wettbewerb ist, andererseits aber auch die Mitarbeiter/innen- und Kundenbindungen vertieft.

In diesem Sinne darf ich daher alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen einladen, ihre besten Projekte in den Kategorien Corporate PR, Corporate Social Responsibility, Digitale Kommunikation, Interne PR, Produkt- und Service-PR und PR-Spezial-Projekte einzureichen. Mit dem „Austrian Young PR Award“ vergeben wir 2016 erstmals auch einen Sonderpreis an junge PR-Profis für das beste PR-Konzept für ein Start Up.

Schon jetzt freue ich mich auf einen spannenden Wettbewerb der Besten und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viel Erfolg.

A handwritten signature in black ink, reading 'Reinhold Mitterlehner'. The signature is fluid and cursive, with a large, sweeping flourish at the end.

Vizekanzler Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Staatspreis Public Relations

Staatspreis Public Relations

Zur Förderung professioneller, verantwortungsvoller und nachhaltiger Öffentlichkeitsarbeit verleiht der Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, jährlich den Staatspreis Public Relations.

Mit dieser staatlichen Auszeichnung will das Bundesministerium zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit Österreichs, unter Berücksichtigung eines hohen sozialen und ökologischen Standards, beitragen.

Mit der Ausrichtung und Organisation des Staatspreises ist der Public Relations Verband Austria (PRVA) beauftragt.

Teilnahme

Einreichungen können durch den PR-Träger oder durch die PR-Agentur bzw. den PR-Berater in Abstimmung mit dem PR-Träger erfolgen. Teilnahmeberechtigt sind juristische und physische Personen sowie Personengesellschaften des Handelsrechts, die in Österreich ansässig sind. Einreichen können Unternehmen (auch klein- und mittelständische Unternehmen), NGOs, Verbände sowie öffentliche Institutionen.

Die Einreichung steht PRVA-Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern gleichermaßen offen.

Teilnahmebedingungen

Ausgezeichnet werden besondere Leistungen auf dem Gebiet der Public Relations, die im Rahmen einer PR-Konzeption realisiert worden sind und deren Abschluss bzw. überwiegende Umsetzung in den Zeitraum zwischen 1. Jänner 2015 und 30. Juni 2016 fällt. Teilnahmevoraussetzung ist, dass eine aussagekräftige Zielerreichungskontrolle in der Einreichung dokumentiert wird.

In Betracht kommen nur PR-Arbeiten, die unternehmerische Leistungen betreffen, die den relevanten Zielsetzungen des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft entsprechen. Diese Ziele sind unter anderem das Erreichen einer hohen und marktgerechten Qualität von Produkten und Dienstleistungen sowie die Berücksichtigung der Notwendigkeit, eines sozial verträglichen und umwelt- sowie ressourcenschonenden Wirtschaftens.

Teilnahmegebühr

Die Kosten für eine Einreichung in einer Kategorie betragen € 290,- zzgl. 20% USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300), ausnahmslos bis spätestens zur Jurysitzung am 4. Oktober 2016 zu entrichten, nach Erhalt der Einreichung wird eine entsprechende Rechnung zugesandt.

Einreich-Kategorien

Die Einreichung kann in einer der folgenden Kategorien erfolgen:

- Corporate PR
- Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation
- Digitale Kommunikation
- Interne PR und Employer Branding
- Produkt- und Service PR
- PR-Spezialprojekte / Innovationen

Die Jury behält sich vor, Einreichungen einer anderen Kategorie zuzuordnen.

Beschreibung der Kategorien

Corporate PR

Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit oder spezielle Stakeholder-Gruppen

Ziel: Langfristige Positionierung eines Unternehmens / einer Institution in der Öffentlichkeit, Sicherung / Steigerung der Reputation eines Unternehmens / einer Organisation, Verständnis für Veränderungsprozesse generieren, professionelle begleitende Kommunikation für Betroffene von Krisen.

Beispiele: Umfassende, langfristige PR-Programme zu Positionen und Leistungen eines Unternehmens / einer Institution / einer Branche, zu Innovationen, Investitionen, wirtschaftlichen Erfolgen; Veränderungskommunikation, Krisenprävention; Publikationen, Geschäftsberichte & Quartalsberichte, Finanzmarkt-PR, Anrainer-Kommunikation etc.

Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation

Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit oder spezielle Stakeholder-Gruppen

Ziel: Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung und Information darüber, Kommunikation von gesellschaftspolitischen Anliegen, Motivation zu gesellschaftspolischem oder ehrenamtlichem Engagement; Positionierung von CSR als wesentliche Managementphilosophie und Kommunikationsaufgabe zur Steigerung der Reputation eines Unternehmens / einer Organisation

Beispiele: Bildungsprojekte, Forschungsförderung, Gesundheitsförderung, Kulturprojekte, Integrationsprojekte, Partizipationsprojekte, Bürgerinitiativen, Entwicklungszusammenarbeit, Charities etc.

Digitale Kommunikation

Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit, politische Entscheidungsträger, Kunden und andere Stakeholder

Ziel: Kommunikation und Förderung von Dialog unter Nutzung der speziellen Möglichkeiten von digitalen Medien, Positionierung, Steigerung der Online-Reputation / des Images von Unternehmen / Organisationen, Produkten und Personen

Beispiele: Reputations-Management, Kommunikationsprogramme im Internet, Social Media-Aktivitäten (Facebook, Twitter etc.), YouTube-Channels & Co., mobile Services / Apps, Blogs, Online-Portale, digitale Kundenbindungs- / Mitgliederbetreuungs-Aktivitäten

Interne PR und Employer Branding

Zielgruppe: Aktive, ehemalige oder potenzielle Mitarbeiter/-innen von Unternehmen, Organisationen und Institutionen

Ziel: Identitätsstiftende Maßnahmen für Unternehmen oder Organisation steigern, Änderung der Kultur, Information verbessern, Produktivität steigern, neue Mitarbeiter finden, Anzahl von Job-Bewerbungen steigern, Image als Arbeitgeber erhöhen, Partizipations- und Personalentwicklungsprojekte

Beispiele: Mitarbeiterinformation, Interne Kommunikationsprogramme, PR-Programme mit Schwerpunkt Arbeitsmarktkommunikation, Motivationsprogramme, Leitbildprozesse etc.

Produkt- & Service PR

Zielgruppe: Konsumenten, Kunden, B2C, B2B

Ziel: Erfolgreicher Markteintritt, Re-Positionierung von Produkten und Dienstleistungen, Professionalität in den Bereichen Customer Care und Customer Relations, Steigerung der Kundenzufriedenheit

Beispiele: Markteinführung von Produkten und Dienstleistungen, Re-Positionierung von etablierten Produkten und Dienstleistungen, Verbesserungsprogramme, neue Services etc.

PR-Spezialprojekte / Innovationen

Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit bzw. einzelne Stakeholder-Gruppen

Ziel: Veränderung von politischen oder rechtlichen Rahmenbedingungen, rasche Generierung von großer öffentlicher Aufmerksamkeit für Unternehmen mittels PR-Innovationen und/oder Einzelprojekten, Entwicklung und Einsatz von neuen Services, Standards- und Systemen für die und in der Kommunikationswirtschaft

Beispiele: Entwicklung und Umsetzung von innovativen PR-Strategien und Einzelaktionen, Veranstaltungen mit großer Öffentlichkeitswirksamkeit, Public Affairs/Lobbying-Programme, Kommunikations-Controlling, Reputations-Management-Systeme, Issues Management-Systeme, Analysen etc.

Beurteilungskriterien

- “Zieldefinition und Zielerreichung” beurteilen das erzielte Ergebnis im Verhältnis zur vorher definierten Zielsetzung.
- “Kreativität” bewertet die eigenständige, „schöpferische“ Leistung, also, ob und in welcher Form innovative Wege beschrritten wurden.
- “Strategie” prüft den strategischen Ansatz und das strategische Vorgehen.
- “Kosten-Effizienz” ergibt sich im Urteil der Juror/inn/en aus dem Verhältnis der eingesetzten Ressourcen zum Ergebnis. Die Höhe des Budgets ist kein Entscheidungskriterium.

Die Kriterien werden im Rahmen der Jurierung gleich gewichtet.

Einreich-Infos

Die Einreichfrist für den Staatspreis PR 2016 läuft von 20. Juni bis 16. September 2016. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool unter staatspreispr.submit.to

Das Einreich-Procedere ist online in klaren Schritten - Einreichdaten, Projektdarstellung, Datenupload und Bestätigung - erklärt. Die Projektdarstellungen sind (mit jeweils max. 1200 Zeichen) mit Ausgangssituation und Dialoggruppen zu beschreiben, die Kommunikationsziele zu definieren, die Strategie und Umsetzung aufzuzeigen sowie die Evaluation und Wertschöpfung nachvollziehbar zu dokumentieren. Gegebenenfalls beauftragte PR-Agenturen, die am Projekt beteiligt waren, sind ausnahmslos anzugeben.

Fotos und Begleitmaterial können als ergänzende Information hochgeladen werden, das Konzept muss im Darstellungsteil vollständig beschrieben sein.

Einsendeschluss für den Staatspreis PR ist Freitag, der 16. September 2016, 24:00. Relevant ist der Online-Eingang.

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **30. September 2016** an den Public Relations Verband Austria (PRVA), 1030 Wien, Lothringerstraße 12/4 möglich.

Eingesandte Wettbewerbsbeiträge werden nicht zurückgeschickt, können jedoch nach der Jurysitzung im PRVA-Büro abgeholt werden.

Jury

Die Beurteilung der eingereichten Arbeiten erfolgt durch eine Jury aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter Vorsitz der PRVA-Generalsekretärin Sabine Fichtinger. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ernannt. In der Jury sind Kommunikationsfachleute u. a. aus folgenden Institutionen, Unternehmen oder Verbänden vertreten: Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Fachhochschule Wien und Graz, Kammer für Arbeiter und Angestellte, Industriellenvereinigung, Public Relations Verband Austria (PRVA), Universitäten Wien, Salzburg und Krems, Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Wirtschaftskammer Österreich (WKO).

Die Sitzung der Jury ist nicht öffentlich. Die Ergebnisse werden vertraulich behandelt. Über die Juryentscheidungen besteht keine Auskunftspflicht, die Entscheidungen sind sowohl endgültig als auch unanfechtbar.

Organisation und Durchführung

Public Relations Verband Austria

Dr. Sabine Fichtinger, PRVA-Generalsekretärin oder E-Mail: s.fichtinger@prva.at,

www.prva.at

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Telefon: 01/715 15 40/200, Fax: 01/715 15 35

Staatspreis PR

Der Staatspreisträger erhält eine vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde, eine Trophäe sowie das Staatspreis-Kennzeichen verliehen.

Nominierungen

In jeder Kategorie wird eine Einreichung als „Ausgezeichnet in der Kategorie XY“ mit einer „Nominierung für den Staatspreis Public Relations“ prämiert. Die Nominierten erhalten im Rahmen der Staatspreisverleihung je eine vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde. Der Träger des Staatspreises wird aus dem Kreis der Nominierten ermittelt.

Projektpräsentation

Das Siegerprojekt und die zum Staatspreis nominierten Projekte werden im Rahmen der PR Gala 2016 des PRVA präsentiert. Das Siegerkonzept wird zusätzlich auf der PRVA-Website online gestellt.

Der PRVA hat das Recht, Einreichungen ganz oder nur teilweise zu veröffentlichen und im Rahmen der Aus- und Weiterbildung zu verwenden.

Neu in diesem Jahr: Verleihung des Sonderpreises „Austrian Young PR Award“

Die Staatspreisjury vergibt in diesem Jahr erstmals im Rahmen der Staatspreis Public Relations 2016 des „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreis PR als Sonderpreis verliehen.

Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind junge PR-Einsteiger. Die Teilnehmer dürfen zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht älter als 30 Jahre sein. Die Teilnahme ist einzeln oder in Zweierteams möglich. Teilnahmeberechtigt sind juristische und physische Personen, die in Österreich ansässig sind. Die Einreichung steht sowohl PRVA-Mitgliedern als auch Nicht-Mitgliedern gleichermaßen offen.

Teilnahmebedingungen

Ausgezeichnet wird ein besonderes und realisierbares PR-Konzept auf dem Gebiet der Public Relations für ein in Österreich ansässiges Start Up-Unternehmen. Interessierte Start Up-Unternehmen können sich beim PRVA listen lassen. Eine Vorjury wählt anhand aussagekräftiger Bewerbungsunterlagen samt kurzer Videopräsentation ein Start Up-Unternehmen aus. Zwischen den Einreichern und den Start Up-Unternehmen werden zwei Gespräche vereinbart, also ein Briefing und ein Re-Briefing.

Teilnahmegebühr

Die Kosten für die Einreichung zum „Austrian Young PR Award“ betragen € 45,- zzgl. 20 % USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300) ausnahmslos bis spätestens zur Jurysitzung am 4. Oktober 2016 zu entrichten, nach Erhalt der Einreichung wird zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird die entsprechende Rechnung zugesandt.

Einreich-Infos

Die Einreichfrist läuft ident mit der für die Einreicher zum Staatspreis PR 2016 von 20. Juni bis 16. September 2016. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool unter staatspreispr.submit.to

Das Einreich-Procedere für den „Austrian Young PR Award“ ist online in klaren Schritten - Einreichdaten, Projektdarstellung, Datenupload und Bestätigung - erklärt. Die „Projektdarstellungen“ sind (mit jeweils max. 1200 Zeichen) mit Ausgangssituation und Dialoggruppen zu beschreiben, die Kommunikationsziele zu definieren, die Strategie und Umsetzung aufzuzeigen sowie die Evaluation und Wertschöpfung nachvollziehbar zu dokumentieren.

Fotos und Begleitmaterial können als ergänzende Information hochgeladen werden, das Konzept muss im Darstellungsteil vollständig beschrieben sein.

Staatspreis Public Relations

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **30. September 2016** an den Public Relations Verband Austria (PRVA), 1030 Wien, Lothringerstraße 12/4 möglich.

Eingesandte Wettbewerbsbeiträge werden nicht zurückgeschickt, können jedoch nach der Jurysitzung im PRVA-Büro abgeholt werden.

Einsendeschluss sowohl für den Staatspreis PR 2016 als auch für den „Austrian Young PR Award“: **Freitag, der 16. September 2016, 24:00**. Relevant ist der **Online-Eingang**.

Jury

Die Beurteilung der eingereichten Konzepte erfolgt durch eine Jury aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter dem Vorsitz der PRVA-Generalsekretärin Sabine Fichtinger. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ernannt und sind ident mit den Staatspreis-Jurymitgliedern. Die Sitzung der Jury ist nicht öffentlich. Die Ergebnisse werden vertraulich behandelt. Über die Juryentscheidungen besteht keine Auskunftspflicht, die Entscheidungen sind sowohl endgültig als auch unanfechtbar.

Organisation und Durchführung

Public Relations Verband Austria

Dr. Sabine Fichtinger, PRVA-Generalsekretärin oder E-Mail: s.fichtinger@prva.at,

www.prva.at

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Telefon: 01/715 15 40/200, Fax: 01/715 15 35

2000

PR-Träger: Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation
Externer Berater: The Skills Group
Der Internet Ombudsmann

2001

PR-Träger: Salzburg AG
Twogether - Die Kommunikation zur Fusion von SAFE und Salzburg Stadtwerke AG zur Salzburg AG

2002

PR-Träger:
Austrian Star Gastronomie GmbH
Externer Berater: Dr. Viktor Bauer
Public Relations GmbH
Einführung der Marke Starbucks in Österreich – Markteintritt unter PR-Führerschaft

2003

PR-Träger: ASFINAG
Externer Berater: Trimedia
Communications Austria GmbH
Aktion Schlau gegen Stau

2004

PR-Träger: OMV Aktiengesellschaft
Externer Berater: Trimedia
Communications Austria GmbH
OMV Corporate Communications: Strategische Neupositionierung eines international tätigen Energiekonzerns

2005

PR-Träger: Österreichische Gesellschaft für Urologie und Andrologie

Externer Berater: Cloos + Partner, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit
Aktion Mann 40plus – Gesund und vital durch Vorsorge

2006

PR-Träger: Bank Austria
Creditanstalt (BA-CA)
Externer Berater: Hohegger|COM
Online-Medieneignis Antarctica 05

2007

PR-Träger: Spar Österreich
Externer Berater: alphaaffairs
Der SPAR Schulwettbewerb: „Check deinen Snack mit Jack the Snack“

2008

PR-Träger: Büchereiverband Österreichs
Externer Berater: Dr. Barbara Brunner, Öffentlichkeitsarbeit
Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek

2009

PR-Träger: Wien 3420 Aspern Development AG
Externer Berater: Trimedia/Grayling mit PKP BBDO und Buero 16
„Aus dem Flugfeld Aspern wird aspern Die Seestadt Wiens“

2010

PR-Träger: Austrian Development Agency (ADA), Wiener Institut für Internationalen Dialog und Zusammenarbeit (VIDC), Afrika Vernetzungsplattform (AVP)

Externer Berater: Grayling Austria
„Ke Nako Afrika - Afrika jetzt! Eine Initiative für ein vielfältiges Bild Afrikas“

2011

PR-Träger & Umsetzung: Salzburg AG
Wasserkraft Sohlstufe Lehen: Stakeholder-Kommunikation für eine Großbaustelle in der Weltkulturerbe-Stadt Salzburg

2012

PR-Träger & Umsetzung: BMW Motoren GmbH
BMW Werk Steyr: Wir sind nachhaltig erfolgreich!

2013

PR-Träger: The Skills Group GmbH (Initiator), Österreichischer Bundespressedienst (Projektpartner), Presseclub Concordia (Projektpartner)
Berater: The Skills Group GmbH
Journalismus & Demokratie

2014

PR-Träger: Verein kultur krumbach und Gemeinde Krumbach
Berater: ikp Vorarlberg GmbH und Baschnegger Amann Partner - Arbeitsgemeinschaft
BUS:STOP Krumbach

2015

PR-Träger: ÖBB
Eröffnung Wien Hauptbahnhof



Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
1010 Wien • Stubenring 1

www.bmwf.wg.v.at