

# Staatspreis Public Relations 2022

Ausschreibung



St  
—  
p



## Vorwort

In diesem Jahr verleiht das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft zum bereits 39. Mal den Staatspreis Public Relations. Dies ist die höchste Auszeichnung für herausragende Leistungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Zudem werden im Rahmen der Staatspreisverleihung die außerordentlichen Leistungen des österreichischen PR Nachwuchses mit dem zum siebenten Mal vergebenen Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ geehrt.

Die Tätigkeitsfelder der Public Relations gehen längst weit über die altbewährte Pressearbeit hinaus. Neben den klassischen Kommunikations- und Marketing-Tools haben vor allem digitale Einflüsse in Form von Podcasts, Livevideos und Influencer/innen-Relations die PR-Landschaft maßgeblich verändert. Mit der Diversifizierung der Kommunikationskanäle konnten auch innovative Ansätze entwickelt und neue Zielgruppen und mehr Reichweite gewonnen werden.

Es ist unbestritten, dass ausgezeichnete PR bei der Führung eines erfolgreichen Unternehmens unverzichtbar und als ein zentrales Element des Geschäftserfolges für einen reibungslosen Ablauf von Kommunikationsprozessen zwischen Unternehmen und Zielgruppe essentiell ist. Professionelle Kundenkommunikation unterstützt die Etablierung von Marken und ist damit ein entscheidender Wettbewerbsfaktor.

Ich freue mich in diesem Jahr die Tradition des Staatspreises Public Relations weiterführen zu dürfen und lade daher alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen herzlichst ein, ihre hervorragenden Projekte einzureichen. Schon jetzt wünsche ich allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viel Erfolg beim Wettbewerb um den Staatspreis Public Relations 2022.



Bundesminister  
Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher

## Staatspreis Public Relations

Zur Förderung professioneller, verantwortungsvoller und nachhaltiger Öffentlichkeitsarbeit verleiht das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft jährlich den Staatspreis Public Relations. Mit dieser staatlichen Auszeichnung trägt das Bundesministerium zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit Österreichs, unter Berücksichtigung eines hohen sozialen und ökologischen Standards, bei.

Mit der Ausrichtung und Organisation des Staatspreises PR 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 2021 und 30. Juni 2022 fällt. Teilnahmevoraussetzung ist, dass eine aussagekräftige Zielerreichung in der Einreichung dokumentiert wird.

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

## Teilnahmegebühr

Die **Kosten für eine Einreichung in einer Kategorie** betragen:

Für PRVA-Mitglieder: € 320 bis 31.8.22, danach € 349

Für Nicht-PRVA-Mitglieder: € 370 bis 31.8.22, danach € 399

(alle Preise zzgl. 20% USt.).

Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300), ausnahmslos **bis 15. Oktober 2022** zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird eine Rechnung zugesandt.

## Staatspreis-Kategorien

Die Einreichung kann in einer der folgenden Kategorien erfolgen:

- Corporate PR
- Corporate Social Responsibility (CSR), gesellschaftspolitische Anliegen, Diversity & Inclusion
- Interne PR und Employer Branding
- Produkt- und Service PR
- PR-Spezialprojekte / Innovationen
- Innovative Kommunikationsstrategien im digitalen Zeitalter

In der zuletzt genannten Kategorie „**Innovative Kommunikationsstrategien im digitalen Zeitalter**“ sind keine gesonderten Einreichungen möglich. Die Jury kürt vielmehr aus sämtlichen Einreichungen der anderen fünf Kategorien einen „**Digitalisierungschampion**“ aus.

Die Jury behält sich vor, Einreichungen zum Staatspreis innerhalb der Kategorien neu 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 PR-Konzepte zu Positionen und Leistungen eines Unternehmens / einer Institution / einer Branche, zu Innovationen, Investitionen, wirtschaftlichen Erfolgen, Veränderungskommunikation, Krisenprävention und Issues Management-Systeme, Publikationen, Geschäfts- und Quartalsberichte, Dialog- und Stakeholderkommunikation und Finanzmarkt-PR.

### Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation, gesellschaftspolitische Anliegen, Diversity & Inclusion

**Zielgruppe:** Breite Öffentlichkeit oder spezielle Stakeholder-Gruppen

**Ziel:** Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung und Information darüber, Kommunikation von gesellschaftspolitischen Anliegen, Motivation zu gesellschaftspolitischem oder ehrenamtlichem Engagement; Durchführung von CSR-Kampagnen und Etablierung von CSR-Elementen als wesentliche Kommunikationsaufgabe zur Steigerung der Reputation eines Unternehmens/einer Organisation; aktive und klar positionierte Teilnahme am gesellschaftspolitischen Diskurs, Weiterentwicklung und aktive Gestaltung

einer inklusiven Unternehmenskultur (intern, extern) über kreative und impactstarke Kommunikation zu den Themen Diversity, Gender Equality, Inklusion und intersektionalen Ansätzen, Ausbau der interkulturellen Kompetenzen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (Sensibilisierung, Wissensvertiefung, persönliche Entwicklung), Verbesserung des Arbeitsklimas, Stärkung und Sicherung der Unternehmens- und Organisationsreputation nach innen und außen, Sichtbarmachen des Potenzials und der Vielfalt, Unterstützung von Internationalisierungsstrategien.

**Beispiele:** Bildungsprojekte, Forschungs- und Gesundheitsförderung, Kulturprojekte, Partizipationsprojekte, Umfeld- und Anrainerkommunikation, Projekte der Entwicklungs-zusammenarbeit, Awarenesskampagnen, interne kommunikative Implementierungsprozesse von D&I-Werten, Entwicklung und Umsetzung innovativer PR-Strategien mit Schwerpunkt D&I etc.

### **Interne PR und Employer Branding**

**Zielgruppe:** Aktive, ehemalige oder potenzielle Mitarbeiter von Unternehmen, Organisationen und Institutionen

**Ziel:** Identitätsstiftende Maßnahmen für Unternehmen oder Organisationen für bestehende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Änderungen der Firmenkultur begleiten und umsetzen, Informationsfluss verbessern, Produktivität steigern, Ansprache neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Steigerung von Bewerbungen, Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitgebermarke, kommunikative Begleitung von Personalentwicklungsprojekten

**Beispiele:** Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterinformation, interne Kommunikationskonzepte, PR-Programme mit Schwerpunkt auf Pflege und Ausbau der Arbeitgebermarke, Kommunikation interner Change- und Leitbild-Prozesse, Motivationsprogramme etc.

### **Produkt- & Service PR**

**Zielgruppe:** Konsumenten, Kunden, B2C, B2B

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

**Beispiele:** Markteinführung von neuen 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:** Kommunikation komplexer Inhalte mit Fokus auf dem Bereich Wissenschaft, Veränderung von politischen oder rechtlichen Rahmenbedingungen, rasche Generierung von großer öffentlicher Aufmerksamkeit mittels PR-Innovationen und/oder Einzel-

projekten, Entwicklung und Einsatz von neuen Services, Standards und Systemen für die Kommunikationsarbeit

**Beispiele:** Wissenschaftskommunikation, Entwicklung und Umsetzung innovativer PR-Strategien und Einzelaktionen, Veranstaltungen mit großer Öffentlichkeitswirksamkeit, Public Affairs / Lobbying-Konzepte, Kommunikations-Controlling, Reputations-Management-Systeme etc.

### Innovative Kommunikationsstrategien im digitalen Zeitalter

**Ziel:** Kommunikation unter Nutzung digitaler Kanäle und IT-Tools, innovativer Einsatz von Instrumenten wie Storytelling, Crowdsourcing, Influencer/inne/n, User Generated Content, Medienmix und crossmediale Kampagnen etc.

In dieser Kategorie werden keine gesonderten Einreichungen entgegengenommen, sondern die Jury wählt einen Digitalisierungschampion aus den Einreichungen der anderen fünf Kategorien.

### 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 beschritten wurden.
- „Digitaler Ansatz/Digitale Lösungen“ beschreibt, welche digitalen Maßnahmen gesetzt wurden bzw. welche digitalen Innovationen zum Einsatz kamen
- „Strategie“ prüft den kommunikationsstrategischen Ansatz in Hinblick auf Kreativität und Zielerreichung
- „Kosten-Effizienz“ berücksichtigt das Verhältnis der eingesetzten Ressourcen zum Ergebnis. Die Höhe des Budgets ist kein Entscheidungskriterium.

Die Kriterien werden im Rahmen der Jurierung gleich gewichtet.

### Sonderpreis „Austrian Young PR Award“

Die Staatspreisjury vergibt außerdem den „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Public Relations 2022 als Sonderpreis verliehen.

### Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind junge PR-Einsteiger:innen, **die zum Zeitpunkt** des Anmelde-schlusses am 30.9.2022 nicht älter als 30 Jahre sind. Die Teilnahme ist einzeln oder in Zweierteams möglich. Teilnahmeberechtigt sind juristische und physische Personen, die in Österreich ansässig sind. Die Einreichung steht sowohl PRVA Newcomers-Mitgliedern als auch Nicht-Mitgliedern gleichermaßen offen.

## Teilnahmebedingungen

Ausgezeichnet wird ein realisierbares PR-Konzept auf dem Gebiet der Public Relations für "ZIRP", ein Start-Up das Lebensmittel aus Insekten produziert. Das Briefinggespräch dafür fand am 11. Mai 2022 statt. Infos dazu finden Sie unter <https://prva.at/preise/young-pr-award>.

## Teilnahmegebühr

Die Kosten für die Einreichung zum „Austrian Young PR Award“ betragen € 55,- zzgl. 20% USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300) ausnahmslos bis 15. Oktober 2022 zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird die entsprechende Rechnung zugesandt.

## Einreich-Infos

Die Einreichfrist für den Staatspreis PR 2022 und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ läuft von 18. Juli bis 30. September 2022. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool unter [staatspreispr.submit.to](https://staatspreispr.submit.to). Das Einreich-Procedere ist online in klaren Schritten – Einreichdaten, Projektdarstellung, Daten-Upload 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.

**Einreichschluss für den Staatspreis PR 2022 und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ ist Mittwoch, der 30. September 2022, 23:59 Uhr**

**Per Post** wird Material entgegengenommen, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Zusendungen sind an den Public Relations Verband Austria (PRVA), 1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4 möglich. Eingesandte Wettbewerbsbeiträge werden nicht zurückgeschickt, können jedoch nach der Jurysitzung im PRVA-Büro abgeholt werden.

## Jury

Die Jury wird vom Veranstalter auf Vorschlag des Organisators bestellt und setzt sich jedenfalls u. a. aus je einer Vertreterin bzw. einem Vertreter folgender Institutionen zusammen:

- Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
- Deutsche Public Relations Gesellschaft
- Kammer für Arbeiter und Angestellte



- Public Relations Verband Austria
- Schweizerische Public Relations Gesellschaft
- Universitäten, Fachhochschulen
- Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Werbung & Marktkommunikation

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

## Staatspreisträger

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

## Nominierungen und Sonderpreisträger

In jeder Kategorie kürt die Jury eine Siegerin bzw. einen Sieger, die/der gleichzeitig auch eine „Nominierung für den Staatspreis Public Relations“ erhält. Die Nominierten erhalten im Rahmen der Staatspreisverleihung je eine vom Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde. Die Trägerin bzw. der Träger des Staatspreises PR wird aus dem Kreis der Nominierten ermittelt.

Die Trägerin oder der Träger des Sonderpreises erhält im Rahmen der Staatspreisverleihung je eine vom Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde.

## Projektpräsentation

Das Siegerprojekt, die mit den Sonderpreisen ausgezeichneten Projekte und die zum Staatspreis nominierten Projekte werden vor Ort im Rahmen der #PRGala22 des PRVA präsentiert – (auch kurzfristige) Änderungen vorbehalten. 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.

## Organisation und Durchführung

Public Relations Verband Austria

Vereinigung österreichischer Kommunikationsfachleute

Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien

Isabella Weisz, [i.weisz@prva.at](mailto:i.weisz@prva.at)

Telefon: 01/715 15 40, [www.prva.at](http://www.prva.at)

## **STAATSPREISTRÄGER SEIT 2008**

### **2008**

„Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek“

PR-Träger: Büchereiverband Österreichs

Externer Berater: Dr. Barbara Brunner, Öffentlichkeitsarbeit

### **2009**

„Aus dem Flugfeld Aspern wird aspern Die Seestadt Wiens“

PR-Träger: Wien 3420 Aspern Development AG

Externer Berater: Trimedia/Grayling mit PKP BBDO und Buero 16

### **2010**

„Ke Nako Afrika - Afrika jetzt! Eine Initiative für ein vielfältiges Bild Afrikas“

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

Externer Berater: Grayling Austria

### **2011**

„Stakeholder-Kommunikation für eine Großbaustelle in der Weltkulturerbe-Stadt Salzburg“

PR-Träger & Umsetzung: Salzburg AG Wasserkraft Sohlstufe Lehen

### **2012**

„BMW Werk Steyr: Wir sind nachhaltig erfolgreich!“

PR-Träger & Umsetzung: BMW Motoren GmbH

### **2013**

„Journalismus & Demokratie“

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

Externer Berater: The Skills Group GmbH

### **2014**

„BUS:STOP Krumbach“

PR-Träger: Verein kultur krumbach und Gemeinde Krumbach

Externer Berater: ikp Vorarlberg GmbH und Baschnegger Amann Partner - Arbeitsgemeinschaft

### **2015**

„Eröffnung Wien Hauptbahnhof“

PR-Träger: ÖBB

**2016**

„Menschlichkeit fährt Bahn - Krisenkommunikation durch Newsroom-Strukturen in der Flüchtlingsituation 2015“

PR-Träger: Österreichische Bundesbahnen – ÖBB-Holding AG

Externer Berater: Pick & Barth Digital Strategies GmbH

**2017**

„Retten wir die Rettung“

PR-Träger: Österreichisches Rotes Kreuz

**2018**

„Thermenflair in der Wiener U-Bahnlinie U1 – Video-Kommunikation als Social-Media-Ereignis“

PR-Träger: Therme Wien GmbH & Co KG

Externer Berater: The Skills Group GmbH, News on Video GmbH

**2019**

„Tradition trifft Innovation - Stift Admont ist Ordensvorreiter in Onlinekommunikation“

PR-Träger: Benediktinerstift Admont

Externer Berater: TOWA-digital und Tourismusverband Gesäuse

**2020**

„Recht haben ist Kindersache: 30 Jahre Kinderrechte“

PR-Träger: SOS-Kinderdorf

**2021**

#BakeAgainstPoverty: Weltweit backen gegen Altersarmut

PR-Träger: Vollpension Generationencafé

Externer Berater: Grayling Austria



