

## **Bühne frei für die Silberne Feder und Best PRactice Award 2021**

- Feierliche Verleihung am 22. September 2021 im Haus der Industrie
- Best PRactice Award für DIVISION4 communication GmbH: Aufklärungskampagne zu Multiple Sklerose
- Silberne Feder für dm-drogerie markt, Lebenshilfe Oberösterreich, St. Anna Kinderkrebsforschung und EY Österreich

Die Silberne Feder und der Best Practice Award des Jahres 2021 sind vergeben. Der Public Relations Verband Austria (PRVA) gab die Preisträger\*innen im Rahmen einer feierlichen Verleihung im Haus der Industrie am 22. September bekannt. In diesem Jahr, das stark durch die Pandemie geprägt war, war es für die Mitglieder beider Jurys nicht immer leicht, sich auf ein Ranking zu einigen. Neben Strategie und Kreativität spielten quantitativ messbare Ziele und Kosteneffizienz als Bewertungskriterien wesentliche Rollen.

### **„Gib der MS (d)ein Gesicht“: Klare Strategie für ein anspruchsvolles Thema**

Den Best PRactice Award erhalten in Österreich realisierte PR-Projekte, die ein besonders innovatives, kreatives PR-Konzept auszeichnet. Gold gewann 2021 die DIVISION4 communication GmbH mit ihrer Aufklärungskampagne zu Multipler Sklerose für das Biotechnologie-Unternehmen Biogen Austria GmbH. Mit Unterstützung von Ambassadors und unter dem Slogan „Gib der MS (d)ein Gesicht“ wurde zu Fotospenden aufgerufen. Dadurch sollen soziale Barrieren aufgehoben werden, Betroffenen und Angehörige erhalten gleichermaßen Unterstützung. „Das Siegerprojekt überzeugt mit einer klaren Strategie. Damit wurde man dem anspruchsvollen Thema inhaltlich gerecht und generierte eine effiziente wie effektive Kampagne“, sagt Juryvorsitzende Bettina Gneisz-Al-Ani.

Die WK Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, die mit ihrer Kampagne „Ein Kaffee kann den Tag retten, zwei vielleicht das Kaffeehaus“ die dramatische Situation der Wiener Kaffeehäuser sichtbar machte, gewann Silber. Und Platz drei ging an die Österreichische Energieagentur mit ihrer neuen Podcast-Reihe zu erneuerbarer Energie. Das kommunikationstechnisch sperrige Thema erhielt durch das neue Medium Raum. Eine zusätzliche lobenswerte Erwähnung bekam ein Projekt der HLW Sacré Coeur Riedenburg. Die Schülerinnen Leonie Feurstein, Amelie Ritter und Laura Wurm setzen sich im Rahmen ihrer Diplomarbeit intensiv mit dem Themen Flucht, Traumatisierung und Integration auseinander.

### **Silberne Feder für herausragende Mitarbeitermedien**

Die Silberne Feder erhalten wiederum Mitarbeitermedien, die dazu beitragen, dass die Qualität der internen Kommunikation im deutschsprachigen Raum gesteigert wird. In der Kategorie Print wurde ein Magazin ausgezeichnet, das erst kürzlich einen Relaunch durchlief: „durchblick – dm Mitarbeitermagazin“ wurde eingereicht von der movea Marketing GmbH & Co. KG. Die Lebenshilfe Oberösterreich siegte in der Kategorie Mitarbeiterstory, die in einer Spezialausgabe

ihres Magazins „streiflichter“ die NGO-Leistungen ihrer Mitarbeiter\*innen mit mehreren Porträts würdigte.

Der erste Platz in der Kategorie Bild – Video – Ton ging an die St. Anna Kinderkrebsforschung, die in der Videoserie #EMPLOYEE SPOTLIGHT via LinkedIn und YouTube an potenzielle Bewerber\*innen richtete, aber auch als Echo-Plattform für Mitarbeiter\*innen diente. Und in der Kategorie Digital gewann EY Österreich mit dem Projekt „Building a better (home) working world“, das eine Internet-Plattform mit einer Reihe virtueller Events umfasst – von einer Cocktail-Aktion über die Lebkuchen-Challenge bis zur virtuellen Oster-EYersuche.

## Die Preisträger\*innen 2021 im Überblick

---

### BEST PRACTICE AWARD

**1. Platz:** MS DAY 2020 - Gib der MS (d)ein Gesicht!

PR-Träger: Biogen Austria GmbH, externer Berater: DIVISION 4 communication GmbH

**2. Platz:** Ein Kaffee kann den Tag retten, zwei vielleicht das Kaffeehaus

PR-Träger: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, externer Berater: Himmelhoch PR, kratkys.net

**3. Platz:** Podcast als Bühne für Stakeholder: Mini-Serie zum Erneuerbaren Ausbau Gesetz

PR-Träger: Österreichische Energieagentur

**Sonderpreis:** Zwischen Trümmern und Träumen: Fluchtbewegung aus Syrien 2015

PR-Träger: Sacré Coeur Riedenburg, Einreicherinnen: L. Feurstein, A. Ritter, L. Wurm

### SILBERNE FEDER

#### Kategorie Print:

**1. Platz:** „durchblick – dm Mitarbeitermagazin“

(eingereicht von movea Marketing GmbH & Co KG)

2. Platz: „Forte Magazin #Gemeinsam“ (eingereicht von: Coop Genossenschaft)

3. Platz: „hello“ (eingereicht von: EVN AG)

#### Kategorie Mitarbeiter-Story:

**1. Platz:** „streiflichter“

(eingereicht von Lebenshilfe Oberösterreich)

2. Platz: „EcoSolutionsGreißler“ (eingereicht von Mondi Consumer Packaging GmbH)

3. Platz: Mitarbeiter-Story: „Eine Nachricht von #Team OMV“ (eingereicht von OMV AG)

#### Kategorie Bild – Video – Ton:

**1. Platz:** „#EMPLOYEE SPOTLIGHT“

(eingereicht von St. Anna Kinderkrebsforschung)

2. Platz: „flash TV“ (eingereicht von OMV Aktiengesellschaft)

3. Platz: „Wir passen aufeinander auf“ (eingereicht von Mondi Frantschach GmbH)

#### Kategorie Digital:

1. Platz: „Building a better (home) working world“

(eingereicht von EY Österreich)

2. Platz: „Connecting Regional and Global“ (eingereicht von Bayer Austria)

3. Platz: „myZKW“ (eingereicht von cycoders GmbH)

### Weitere Presseinfos

Isabella Weisz, +43 1 715 15 40-300, [i.weisz@prva.at](mailto:i.weisz@prva.at)