



St

p

Staatspreis
Public Relations 2018
Ausschreibung





Dr. Margarete Schramböck
Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

Das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort verleiht heuer bereits zum 35. Mal den Staatspreis Public Relations, die höchste Auszeichnung für herausragende Leistungen im Bereich Public Relations.

PR ist längst mehr als die altbewährte Pressearbeit. Moderne PR ist ein strategischer Mix aus klassischer Kommunikation, Marketing-Tools und Management-Elementen, auf welche die Digitalisierung großen Einfluss hat. Digitale Strukturen lassen intern Grenzen zwischen Organisationseinheiten und Aufgaben verschwimmen. Direkter Kundenkontakt wird über digitale Netzwerke immer einfacher - die Kommunikation dank Messenger-Programmen, Live-Videos und Live-Chats immer vielfältiger. Intensives digitales Marketing und digitale PR sind mittlerweile für jedes Unternehmen unerlässlich. All diese Entwicklungen treibt die PR-Branche aktiv voran, statt nur darauf zu reagieren. Gute PR bleibt immer am Ball und ermöglicht eine erfolgreiche Marken-Etablierung ebenso wie eine starke Positionierung im Wettbewerb und eine Stärkung der Mitarbeiterbindung.

Mit dem «Austrian Young PR Award» wird heuer zudem zum dritten Mal auch ein Sonderpreis für junge PR-Profis vergeben. Ich lade alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen ein, ihre besten Projekte zum Staatspreis Public Relations 2018 einzureichen und freue mich auf viele spannende Projekte und einen angeregten Wettbewerb unter den Besten der Branche. Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wünsche ich schon jetzt viel Erfolg.

Dr. Margarete Schramböck
Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

Staatspreis Public Relations

Zur Förderung professioneller, verantwortungsvoller und nachhaltiger Öffentlichkeitsarbeit verleiht das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort 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 2017 und 30. Juni 2018 fällt. Teilnahmevoraussetzung ist, dass eine aussagekräftige Zielerreichung in der Einreichung dokumentiert wird. In Betracht kommen nur PR-Konzepte, die unternehmerische Leistungen betreffen, die den relevanten Zielsetzungen des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort 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 € 290 zzgl. 20% USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300), ausnahmslos vor der Jurysitzung bis 5. Oktober 2018 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 PR-Konzepte zu Positionen und Leistungen eines Unternehmens / einer Institution / einer Branche, zu Innovationen, Investitionen, wirtschaftlichen Erfolgen, Veränderungskommunikation, Krisenprävention, Publikationen, Geschäfts- und 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, Forschungs- und Gesundheitsförderung, Kulturprojekte, Integrations- oder Partizipationsprojekte, Bürgerinitiativen, Entwicklungszusammenarbeit, Charitys etc.

Digitale Kommunikation

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

Ziel: Online-Kommunikation zur Förderung von Dialog in Social Media, Positionierung, Steigerung der Online-Reputation / des Images von Unternehmen / Organisationen, Produkten und Personen

Beispiele: Reputations-Management, Online- bzw. Social Media-Kommunikationskonzepte (Facebook, Twitter, YouTube etc.), mobile Services / Apps, Blogs, Online-Portale, digitale Kundenbindungs- oder Mitgliederbetreuungs-Aktivitäten

Interne PR und Employer Branding

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

Ziel: Identitätsstiftende Maßnahmen für Unternehmen oder Organisationen 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 Kommunikationskonzepte, PR-Programme mit Schwerpunkt Arbeitsmarkt-kommunikation, Change Communication, 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 etablierter Produkte und Dienstleistungen, Verbesserungsprogramme, neue Services etc.

PR-Spezialprojekte / Innovationen

Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit bzw. einzelne Stakeholder-Gruppen

Ziel: Veränderung politischer oder rechtlicher Rahmenbedingungen, rasche Generierung großer öffentlicher Aufmerksamkeit für Unternehmen mittels PR-Innovationen und/oder Einzelprojekten, Entwicklung und Einsatz neuer Services, Standards und Systemen für die Kommunikationsarbeit

Beispiele: Entwicklung und Umsetzung innovativer PR-Strategien und Einzelaktionen, Veranstaltungen mit großer Öffentlichkeitswirksamkeit, Public Affairs/Lobbying-Konzepte, 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 beschritten wurden.
- “Strategie” prüft den strategischen Ansatz und das strategische Vorgehen.
- “Kosten-Effizienz” ergibt sich im Urteil der JurorInnen 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 2018 läuft von 11. Juni bis 19. September 2018. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool unter 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 ist Mittwoch, der 19. September 2018, 24.00 Uhr.

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **28. September 2018** 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.

Staatspreis Public Relations Jury

Die Beurteilung der eingereichten Arbeiten erfolgt durch eine Jury aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter Vorsitz der PRVA-Präsidentin DDr. Julia Wippersberg. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort ernannt. In der Jury sind Kommunikationsfachleute u.a. aus folgenden Institutionen, Unternehmen oder Verbänden vertreten: Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Fachhochschulen Wien und Graz, Kammer für Arbeiter und Angestellte, Industriellenvereinigung, Public Relations Verband Austria (PRVA), Universitäten Wien und Salzburg, Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Wirtschaftskammer Österreich (WKO) und außerdem der Staatspreisträger 2017 sowie jeweils drei weitere Repräsentanten des PRVA aus den Bereichen Agentur, EPU und PRVA Newcomers.

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
Isabella Harold
Lothringerstraße 12/4.Stock
1030 Wien
Telefon: 01/715 15 40-300
i.harold@prva.at
www.prva.at

Staatspreis PR

Der Staatspreisträger erhält eine vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort 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 Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort unterzeichnete Urkunde. Der Träger des Staatspreis PR wird aus dem Kreis der Nominierten ermittelt.

Projektpräsentation

Das Siegerprojekt und die zum Staatspreis nominierten Projekte werden im Rahmen der #PRGala18 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.

Sonderpreis „Austrian Young PR Award“

Die Staatspreisjury vergibt außerdem den „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Public Relations 2018 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 Zweiertteams 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 den Verein „kleine herzen“. Das Briefinggespräch dafür findet am 24. Mai 2018 statt. Infos und Anmeldung werden via PRVA-Newsletter bekanntgegeben.

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 vor der Jurysitzung bis 5. Oktober 2018 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 2018 von 11. Juni bis 19. September 2018. 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, 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.

Staatspreis Public Relations

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

Einreichschluss für den Austrian Young PR Award ist Mittwoch, der 19. September 2018, 24.00 Uhr.

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **28. September 2018** 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 Konzepte erfolgt durch eine Jury aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter dem Vorsitz der PRVA-Präsidentin DDr. Julia Wippersberg. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesminister für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort 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
Isabella Harold
Lothringerstraße 12/4.Stock
1030 Wien
Telefon: 01/715 15 40-300
i.harold@prva.at
www.prva.at

2007	2011	2015
PR-Träger: Spar Österreich Externer Berater: alphaaffairs Der SPAR Schulwettbewerb: „Check deinen Snack mit Jack the Snack“	PR-Träger & Umsetzung: Salzburg AG Wasserkraft Sohlstufe Lehen: Stakeholder-Kommunikation für eine Großbaustelle in der Weltkulturerbe-Stadt Salzburg	PR-Träger: ÖBB Eröffnung Wien Hauptbahnhof
2008	2012	2016
PR-Träger: Büchereiverband Österreichs Externer Berater: Dr. Barbara Brunner, Öffentlichkeitsarbeit Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek	PR-Träger & Umsetzung: BMW Motoren GmbH BMW Werk Steyr: Wir sind nachhaltig erfolgreich!	PR-Träger: Österreichische Bundesbahnen - ÖBB-Holding AG Externer Berater: Pick & Barth Digital Strategies GmbH «Menschlichkeit fährt Bahn» - Krisenkommunikation durch Newsroom-Strukturen in der Flüchtlingssituation 2015
2009	2013	2017
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“	PR-Träger: The Skills Group GmbH (Initiator), Österreichischer Bundespressedienst (Projektpartner), Presseclub Concordia (Projektpartner) Berater: The Skills Group GmbH Journalismus & Demokratie	PR-Träger: Österreichisches Rotes Kreuz Retten wir die Rettung
2010	2014	
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“	PR-Träger: Verein kultur krumbach und Gemeinde Krumbach Berater: ikp Vorarlberg GmbH und Baschnegger Amann Partner - Arbeitsgemeinschaft BUS:STOP Krumbach	





Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
1010 Wien • Stubenring 1

www.bmdw.gv.at