

Staatspreis Public Relations 2019

Ausschreibung



St
—
p



Vorwort

Exzellente PR ist unverzichtbar für den Erfolg von Unternehmen und Organisationen. Professionelle Kundenkommunikation unterstützt gleichzeitig die Etablierung von Marken und ist damit ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Bereits zum 36. Mal verleiht das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort daher heuer den Staatspreis Public Relations als höchste staatliche Auszeichnung für herausragende PR-Leistungen.

Die Digitalisierung hat die Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden fundamental verändert. Social Media, Blogs und Influencer eröffnen völlig neue Zugänge und Reichweiten. Die Diversifizierung der Kommunikationskanäle erfordert mehr denn je eine punktgenaue Zielgruppenansprache, gerade auch über digitale Touchpoints. Innovative Ansätze wie digitales Storytelling, Social Purpose oder Gamification machen moderne, digitale PR zum perfekten Tool, um die Chancen der Digitalisierung durch Kommunikation optimal zu nutzen.

Um die Bedeutung der Newcomer in der Branche zu unterstreichen und die Arbeit junger österreichischer PR-Profis zu unterstützen, wird im Rahmen des Staatspreises Public Relations 2019 zudem bereits zum vierten Mal der „Austrian Young PR Award“ vergeben.

Daher lade ich alle Agenturen, Unternehmen und Organisationen ein, ihre besten Projekte einzureichen und freue mich auf einen spannungs- und innovationsgeladenen Wettbewerb um den Staatspreis Public Relations 2019.



Bundesministerin
Dr. Margarete Schramböck

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 2018 und 30. Juni 2019 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 4. Oktober 2019 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 gesellschaftspolitischem 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 Mitarbeiter 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 Arbeitsmarktkommunikation, 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 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 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" berücksichtigt das 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 2019 läuft von 11. Juni bis 18. September 2019. 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 18. September 2019, 24.00 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, Lothringerstraße 12/4 möglich.

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

Staatspreis-Jury

Die Beurteilung der eingereichten Arbeiten erfolgt durch eine Jury aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter Vorsitz der PRVA-Präsidentin 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, Universitäten Wien und Salzburg, Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Wirtschaftskammer Österreich (WKO) und außerdem der Staatspreisträger 2018 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

Mail: i.harold@prva.at

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Telefon: 01/715 15 40-300

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 #PRGala19 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 2019 als Sonderpreis verliehen.

Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind junge PR-Einsteiger, **die zum Zeitpunkt** des Anmeldeschlusses am 18.09.2019 um 24.00 Uhr noch **nicht ihren 31. Geburtstag** gefeiert haben. 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 „Play Together Now“. Das Briefinggespräch dafür findet am 7. Mai 2019 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 **4. Oktober 2019** 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 2019 von 11. Juni bis 18. September 2019. 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.

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 18. September 2019, 24.00 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, 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 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

Mail: i.harold@prva.at

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Telefon: 01/715 15 40-300

www.prva.at

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

2016 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

2017 PR-Träger: Österreichisches Rotes Kreuz Retten wir die Rettung

2018 PR-Träger: Therme Wien GmbH & Co KG Externer Berater: The Skills Group GmbH, News on Video GmbH Thermenflair in der Wiener U-Bahnlinie U1 – Video-Kommunikation als Social-Media-Ereignis

