

Staatspreis Public Relations 2020

Ausschreibung



St

p



Vorwort

Exzellente PR trägt maßgeblich zum Erfolg von Unternehmen und Organisationen bei. Sie fördert die Etablierung von Marken und sichert den entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb. Gerade die dynamische digitale Schiene ist gefordert, bei der Kommunikation Vertrauen und Authentizität zu vermitteln und statt einer Datenflut Inhalte höchster Qualität sichtbar zu positionieren.

Die Corona-Pandemie stellt die nationale und internationale Wirtschaftspolitik vor besondere Herausforderungen. Gleichzeitig hat sie uns in die digitale Zukunft gebeamt. Wie jede Krise eröffnet sie damit neue Möglichkeiten und regt dazu an, umzudenken und gemeinsam innovative, spannende Wege zu entdecken. Unabhängig davon, ob etabliertes Unternehmen oder junges Start-up – in Zeiten wie diesen sollte die Kommunikation keinesfalls zurückgefahren werden. Ganz im Gegenteil: vor allem jetzt sind exzellente PR-Profis unentbehrlich.

Ich freue mich daher besonders, dass das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort trotz der außergewöhnlichen Umstände auch in diesem Jahr den Staatspreis Public Relations als höchste staatliche Auszeichnung für herausragende PR-Leistungen verleihen kann, und das schon zum 37. Mal.

Da der Staatspreis ebenso wie die PR-Branche stets am Puls der Zeit arbeiten muss, wird heuer einmalig der „Sonderpreis Corona“ vergeben. Zudem wird zum fünften Mal der Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ verliehen, um die Leistungen junger österreichischer PR-Profis zu fördern und ihre Wichtigkeit als Branchen-Newcomer hervorzuheben.

Ich lade daher alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen herzlichst ein, ihre exzellenten Projekte einzureichen und freue mich auf einen spannungs- und innovationsgeladenen Wettbewerb um den Staatspreis Public Relations 2020.



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 2019 und 30. Juni 2020 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 **ermäßigten Kosten für eine Einreichung zum Sonderpreis „Corona“** betragen € 190,- zzgl. USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300), ausnahmslos vor der Jurysitzung **bis 6. Oktober 2020** 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 zum Staatspreis innerhalb der Kategorien anders zuzuordnen.

Sonderpreis „Corona“

Da das heurige Jahr und auch viele Aspekte der Kommunikation ganz im Zeichen von COVID-19 stehen, wird die Jury 2020 einmalig den Sonderpreis „Corona“ vergeben. Für diesen Sonderpreis kommen besondere PR-Projekte in Frage, die seit März 2020 mit Bezug zur Corona-Krise umgesetzt wurden und mit kreativen Ideen die Kommunikation in dieser herausfordernden Zeit entscheidend beeinflussten. Projekte können eigens für den Sonderpreis eingereicht werden. Auch parallele Einreichungen zu Staatspreis und Sonderpreis sind möglich.

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, Charities 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-Kon-

zepte, 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.

Sonderpreis „Austrian Young PR Award“

Die Staatspreisjury vergibt außerdem den „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Public Relations 2020 als Sonderpreis verliehen.

Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind junge PR-Einsteiger, **die zum Zeitpunkt** des Anmeldeschlusses am 16.09.2020 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 „AmberMed“. Das Briefinggespräch dafür fand am **15. Juni 2020** statt. Infos dazu finden Sie auf der Website www.prva.at.

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 6. Oktober 2020** zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird die entsprechende Rechnung zugesandt.

Einreich-Infos

Die Einreichfrist für den Staatspreis PR 2020, den Sonderpreis „Corona“ und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ läuft von 23. Juni bis 16. September 2020. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool unter staatspreispr.submit.to. Das Einreich-Procedere ist online in klaren Schritten – Einreichdaten, Projektdar-

stellung, 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 2020, den Sonderpreis „Corona“ und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ ist Mittwoch, der 16. September 2020, 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 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 2019 sowie jeweils drei weitere Repräsentantinnen und Repräsentanten des PRVA aus den Bereichen Agentur, EPU und PRVA Newcomers.

Die Jury für den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ besteht aus maßgeblichen Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche unter dem Vorsitz der PRVA-Präsidentin Julia Wippersberg.

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.

Staatspreisträger

Der Staatspreisträger erhält eine von der Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort unterzeichnete Urkunde, eine Trophäe sowie das Staatspreis-Kennzeichen verliehen.

Nominierungen und Sonderpreisträger

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 von der Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort unterzeichnete Urkunde. Der Träger des Staatspreises PR wird aus dem Kreis der Nominierten ermittelt.

Die Träger der Sonderpreise erhalten im Rahmen der Staatspreisverleihung je eine von der Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort unterzeichnete Urkunde.

Projektpräsentation

Das Siegerprojekt, die mit den Sonderpreisen ausgezeichneten Projekte und die zum Staatspreis nominierten Projekte werden – nach Planungsstand Juni 2020 – vor Ort im Rahmen der #PRGala20 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

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Isabella Harold

i.harold@prva.at

Telefon: 01/715 15 40-300

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

