

# Staatspreis Public Relations 2024

Ausschreibung



St  
—  
p



## Vorwort

Exzellente Public Relations ist unverzichtbar und zu einem bedeutenden Erfolgsfaktor für Unternehmen geworden. Durch gezielte professionelle Kommunikationsstrategien tragen effektive PR-Maßnahmen entscheidend dazu bei, Produkte und Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu etablieren sowie langfristig ein starkes Image und eine breite Bekanntheit zu sichern.

Hochwertiger Content ist in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung. Ob es sich um die Kommunikation mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden, den Informationsaustausch mit spezifischen Branchen und in geschäftlichen Partnerschaften, den Dialog mit Politik und Medien oder den Kontakt zur breiten Öffentlichkeit handelt – maßgeschneiderte Inhalte sind der Schlüssel zum Erfolg. Moderne PR stützt sich dabei auf eine Vielfalt an Medienkanälen, die es ermöglichen, unterschiedlichste Zielgruppen genau zu treffen und die Reichweite von Botschaften zu erhöhen.

Die letzten Jahre brachten spannende Entwicklungen in der PR-Branche mit sich. Besonders der vermehrte Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur Individualisierung von Kommunikationsinhalten sowie die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeitskommunikation, ermöglichen es für die Expertinnen und Experten, innovative Kommunikationsmodelle zu konzipieren. Die Fortschritte auf diesem Gebiet waren in letzter Zeit enorm und bieten Unternehmen neue Möglichkeiten, ihre Botschaften noch effektiver und verantwortungsvoller zu verbreiten.

Der Staatspreis Public Relations ehrt außergewöhnliche Projekte der PR-Branche. Ich freue mich, dass das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft diese höchste staatliche Auszeichnung bereits zum 41. Mal vergibt. Die Preisverleihung im Rahmen der PR-Gala des PRVA bietet einen idealen Rahmen, um diese Spitzenleistungen zu würdigen. Hier werden auch aufstrebende Talente der österreichischen PR-Szene zum neunten Mal mit dem „Austrian Young PR Award“ ausgezeichnet. Zudem gibt es dieses Jahr einen Sonderpreis für Kommunikationsprojekte, die durch Innovation und ihren besonderen Wert für die Gesellschaft und den Zusammenhalt beeindrucken.

Ich lade alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen auf Basis dieser vielfältigen Aspekte, herzlichst dazu ein, ihre besten PR-Projekte einzureichen und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viel Erfolg beim Wettbewerb um den Staatspreis Public Relations 2024.



**Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher**  
Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft



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 für Arbeit und Wirtschaft 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 PR-Trägerinnen und PR-Träger oder durch die PR-Agentur bzw. die PR-Beraterinnen und PR-Berater erfolgen. Teilnahmeberechtigt sind juristische und physische Personen sowie Personengesellschaften, die in Österreich ansässig sind. Einreichen können Unternehmen jeglicher Größe, NGOs, Verbände, öffentliche Institutionen und andere Organisationen.

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 2023 und 30. Juni 2024 fällt. Teilnahmevoraussetzung ist, dass eine aussagekräftige und messbare Zielerreichung in der Einreichung dokumentiert wird.

In Betracht kommen 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 399 Euro (PRVA-Mitglieder) bzw. 499 Euro (Nicht-PRVA-Mitglieder) zzgl. 20 % USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300) bis spätestens 29. November 2024 zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird eine Rechnung übermittelt.

## Staatspreis-Kategorien

Die Einreichung kann in einer der folgenden Kategorien erfolgen:

- Corporate Communication, Produkt- und Service-PR
- CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation
- Gesellschaftliches Engagement und Diversity, Equity & Inclusion
- Interne Kommunikation
- Employer Branding
- Spezialprojekte / Innovationen

Projekte können auch in mehreren Kategorien eingereicht werden. Wichtig ist jedoch, dass im jeweiligen Text plausibel herausgearbeitet wird, weshalb dieses Projekt auch in einer weiteren Kategorie eingereicht wird.

## Beschreibung der Kategorien

### Corporate Communication, Produkt- und Service PR

Langfristige Positionierung eines Unternehmens / einer Institution in der Öffentlichkeit, Sicherung / Steigerung der Reputation eines Unternehmens / einer Organisation, Generierung von Verständnis für Veränderungsprozesse, professionelle, begleitende Kommunikation für Betroffene von Krisen, 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
- PR-Konzepte zu Positionen und Leistungen einer Organisation, zu Investitionen und wirtschaftlichen Erfolgen
- Veränderungskommunikation
- Krisenprävention
- Issues Management-Systeme
- Publikationen, Geschäfts- und Quartalsberichte
- Dialog- und Stakeholder-Kommunikation
- Verbesserungsprogramme
- Kommunikation neuer Services

## **CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation**

Durchführung von Corporate Social Responsibility (CSR)-Kampagnen und Etablierung von CSR-Elementen als wesentliche Kommunikationsaufgabe zur Steigerung der Reputation eines Unternehmens / einer Organisation, Demonstration von Transparenz und Verantwortungsbewusstsein im gesellschaftlichen Diskurs, Förderung des Vertrauens der Stakeholder und Hervorhebung von Engagement des Unternehmens / der Organisation für nachhaltige und ethische Praktiken

Beispiele:

- Bildungsprojekte
- Forschungs- und Gesundheitsförderung
- Umfeld- und Anrainerkommunikation
- Awareness-Kampagnen
- Umwelt- und Naturschutz

## **Gesellschaftliches Engagement und Diversity, Equity & Inclusion (DEI)**

Aktive Teilnahme am gesellschaftspolitischen Diskurs mit klarer Positionierung, Weiterentwicklung und aktive Gestaltung einer inklusiven Unternehmenskultur (intern, extern) über kreative und impactstarke Kommunikation zu den Themen Diversity, Gender Equality, Inklusion und intersektionalen Ansätzen, Stärkung und Sicherung der Unternehmens- und Organisationsreputation nach innen und außen, Sichtbarmachen des Potenzials und der Vielfalt, Unterstützung von Internationalisierungsstrategien

Beispiele:

- Implementierungsprozesse von DEI-Werten
- Entwicklung und Umsetzung innovativer PR-Strategien mit Schwerpunkt DEI
- Unternehmenswerte und Kulturkommunikation
- Charity-Partnerschaften und Spendenkampagnen
- Projekte der Entwicklungszusammenarbeit

## **Interne Kommunikation**

Kommunikative Maßnahmen von Unternehmen oder Organisationen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Begleitung und Umsetzung von Änderungen der Firmenkultur, Verbesserung des Informationsflusses, Steigerung der Produktivität

Beispiele:

- Info-Kampagnen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- interne Kommunikationskonzepte
- Kommunikation interner Transformations-, Change- und Leitbild-Prozesse
- Motivationsprogramme

## Employer Branding

Identitätsstiftende Maßnahmen, die sich an aktive, potenzielle oder auch ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter richten, Steigerung von Bewerbungen, Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitgebermarke, kommunikative Begleitung von Personalentwicklungsprojekten

Beispiel:

- PR-Programme mit Schwerpunkt auf Pflege und Ausbau der Arbeitgebermarke
- Recruiting-Strategien

## Spezialprojekte / Innovationen

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 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- und Lobbying-Konzepte
- Kommunikationscontrolling
- Reputation-Management-Konzepte

## Sonderpreis der Jury

Der Sonderpreis der Jury würdigt Leistungen im Rahmen der Staatspreiskategorien, die durch ihren innovativen Charakter und ihren besonderen Wert für die Gesellschaft und den Zusammenhalt beeindrucken. Für den Sonderpreis können keine eigenen Einreichungen vorgenommen werden. Der Sonderpreisträger wird aus sämtlichen Einreichungen gekürt und ist nicht zum Staatspreis nominiert.

## Sonderpreis „Austrian Young PR Award“

Die Staatspreisjury vergibt außerdem den „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Public Relations 2024 als Sonderpreis verliehen.

## Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind PR-Einsteigerinnen und -Einsteiger, die zum Zeitpunkt des Anmeldeschlusses am 6. Oktober 2024 nicht älter als 30 Jahre und in Österreich ansässig sind. Die Teilnahme ist einzeln oder in Zweierteams möglich. Die Einreichung steht sowohl PRVA Newcomer-Mitgliedern als auch Nicht-Mitgliedern gleichermaßen offen.

## Teilnahmebedingungen

Ausgezeichnet wird ein realisierbares PR-Konzept für das 50-Jahr-Jubiläum des PRVA.

## Teilnahmegebühr

Die Kosten für die Einreichung zum „Austrian Young PR Award“ betragen 50 Euro zzgl. 20% USt. Die Teilnahmegebühr ist an den PRVA (UniCredit Bank Austria, IBAN AT66 1100 0097 0431 0300) ausnahmslos bis 29. November 2024 zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird die entsprechende Rechnung zugesandt.

## Einreich-Infos

Die Einreichfrist für den Staatspreis PR 2024 und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ läuft bis 6. Oktober 2024. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Online-Tool auf der Webseite des PRVA <https://prva.at/preise/staatspreis>. Das Einreich-Procédere ist online in klaren Schritten – Einreichdaten, Projektdarstellung, Daten-Upload und Bestätigung – erklärt. Die Projektdarstellungen sind (mit jeweils max. 1.200 Zeichen) mit Ausgangssituation und Dialoggruppen zu beschreiben. Es sind 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.

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

## Jury

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

- Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
- Public Relations Verband Austria (PRVA)
- Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG)
- Schweizerische Public Relations Gesellschaft (SPRG)
- Wirtschaftskammer Österreich - Fachverband Werbung & Marktkommunikation
- Kammer für Arbeiter und Angestellte (AK)

Zudem können Vertreterinnen und Vertreter von Agenturen, Unternehmen und weiteren Organisationen in die Jury berufen werden.

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



## Auszeichnungen

### 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 einen Categoriesieger, der damit auch eine „Nominierung zum Staatspreis Public Relations“ erhält. Die Nominierten erhalten im Rahmen der Staatspreisverleihung je eine vom Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde sowie das Staatspreis-Kennzeichen. Der Staatspreisträger 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 und das Staatspreis-Kennzeichen.

## Projektpräsentationen

Der Staatspreisträger, die Sonderpreisträger und die zum Staatspreis Nominierten werden vor Ort im Rahmen der #PRGala 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

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

## Die Staatspreisträger:innen im Überblick

### 2023

„Klimaschutz im Hahnumdrehen – 150 Jahre Wiener Wasser“

PR-Träger: MA 31 / Wiener Wasser

Externer Berater: Grayling Austria

### 2022

„Gut, und selbst?“

PR-Träger: „Gut, und selbst?“-Initiative

PR-Team: Mira Lobnig (Lead), Ines Strohmayer, Antonia Pettauer

### 2021

„#BakeAgainstPoverty: Weltweit backen gegen Altersarmut“

PR-Träger: Vollpension Generationencafé

Externer Berater: Grayling Austria

### 2020

„Recht haben ist Kindersache: 30 Jahre Kinderrechte“

PR-Träger: SOS-Kinderdorf

### 2019

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

PR-Träger: Benediktinerstift Admont

Externe Berater: TOWA-digital, Tourismusverband Gesäuse

### 2018

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

PR-Träger: Therme Wien GmbH & Co KG

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

### 2017

„Retten wir die Rettung“

PR-Träger: Österreichisches Rotes Kreuz

### 2016

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

PR-Träger: Österreichische Bundesbahnen – ÖBB-Holding AG

Externer Berater: Pick & Barth Digital Strategies GmbH

## **2015**

„Eröffnung Wien Hauptbahnhof“

PR-Träger: ÖBB

## **2014**

„BUS:STOP Krumbach“

PR-Träger: Verein kultur krumbach und Gemeinde Krumbach

Externe Berater: ikp Vorarlberg GmbH Baschnegger Amann Partner

– Arbeitsgemeinschaft

## **2013**

„Journalismus und Demokratie“

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

Externer Berater: The Skills Group GmbH

## **2012**

„BMW Werk Steyr: Wir sind nachhaltig erfolgreich!“

PR-Träger und Umsetzung: BMW Motoren GmbH

## **2011**

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

PR-Träger und Umsetzung: Salzburg AG Wasserkraft Sohlstufe Lehen

## **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

## **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

## **2008**

„Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek“

PR-Träger: Büchereiverband Österreichs

Externer Berater: Dr. Barbara Brunner, Öffentlichkeitsarbeit

