

Staatspreis Public Relations 2026

Ausschreibung





Vorwort

Das strategische Management von Kommunikationsprozessen durch exzellente Public Relations spielt für Unternehmen, Organisationen und Institutionen sowohl bei der kurzfristigen Etablierung von Produkten oder Dienstleistungen als auch bei der langfristigen Sicherung von Image, Bekanntheit und Reichweite eine unverzichtbare Rolle. Es geht um Positionierung, Vertrauen und Orientierung sowie darum, in einem stärker fordernden Wettbewerb sichtbar zu bleiben.

Exzellente PR richtet sich nicht nur an die Kundinnen und Kunden, sondern an alle relevanten externen und internen Zielgruppen. Sie entwickelt und prägt das Gesamtbild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit und macht es wiederkennbar. Mit PR stärken Unternehmen den immateriellen Vermögenswert der Reputation, die nicht nur entscheidend für die Krisensicherheit ist, sondern es auch ermöglicht, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen mitzugestalten. Sie ist damit auch ausschlaggebend dafür, wie attraktiv ein Unternehmen als Arbeitgeber wirkt.

Österreich braucht insgesamt mehr Sichtbarkeit für Leistung, Unternehmertum und wirtschaftlichen Erfolg. Wenn wir vom Comeback von Leistung und Wettbewerb sprechen, dann müssen wir auch jene vor den Vorhang holen, die mit Mut, Kreativität und strategischem Denken Unternehmen stärker machen. Wer international erfolgreich sein will, muss nicht nur gute Produkte und Dienstleistungen haben – er muss auch erklären können, wofür er steht, warum er besser ist und welchen Mehrwert er bietet. Diese Deliverables sind matchentscheidend.

Ich freue mich sehr, dass das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus mit dem Staatspreis Public Relations bereits zum 43. Mal herausragende Projekte auszeichnet, die beispielhaft die Innovationskraft, Qualität und Wirkung moderner PR demonstrieren. Diese höchste staatliche Auszeichnung für die Branche unterstreicht ihre zentrale Bedeutung für unser gesellschaftliches und wirtschaftliches Miteinander.

Besonders am Herzen liegt mir auch die Förderung junger Talente. Der „Austrian Young PR Award“, mit dem erneut die PR-Profis der Zukunft ausgezeichnet werden, dient diesem Zweck. Mit einem Sonderpreis werden schließlich gesellschaftlich wirksame und zukunftsweisende Kommunikationsprojekte mit besonders starker Wirkung für unsere Gesellschaft honoriert. Die feierliche Verleihung des Staatspreises im Rahmen der jährlichen PR-Gala des Public Relations Verbands Austria setzt ein wichtiges Zeichen für die Relevanz der Branche.

Daher lade ich hiermit alle Agenturen, Unternehmen und Organisationen herzlich ein, sich am Staatspreis Public Relations 2026 zu beteiligen und ihre besten Projekte einzureichen. Ich wünsche allen Teilnehmenden viel Erfolg und spannende Einblicke in die kreative Vielfalt professioneller PR-Arbeit.



Bundesminister
Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer

Staatspreis Public Relations

Zur Förderung professioneller, verantwortungsvoller und nachhaltiger Öffentlichkeitsarbeit verleiht das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus jährlich den Staatspreis Public Relations. Mit dieser staatlichen Auszeichnung trägt das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus 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 2025 und 30. Juni 2026 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 Wirtschaft, Energie und Tourismus entsprechen. Diese Ziele sind unter anderen 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 4. Dezember 2026 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 2026 als Sonderpreis verliehen.

Teilnahme

Teilnahmeberechtigt sind PR-Einsteigerinnen und -Einsteiger, die zum Zeitpunkt des Anmeldeschlusses am 4. Oktober 2026 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 den Auftraggeber Wiener Rotes Kreuz.

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 4. Dezember 2026 zu entrichten. Nach Erhalt der Einreichung wird die entsprechende Rechnung zugesandt.

Einreich-Infos

Die Einreichfrist für den Staatspreis PR 2026 und den Sonderpreis „Austrian Young PR Award“ läuft von 15. Juni bis 4. Oktober 2026. 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 Organisators bestellt und setzt sich jedenfalls aus je einer Vertreterin bzw. einem Vertreter folgender Institutionen zusammen:

- Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus
- 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 Wirtschaft, Energie und Tourismus 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 Wirtschaft, Energie und Tourismus 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 Wirtschaft, Energie und Tourismus 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, +43 1 715 15 40

Die Staatspreisträger:innen im Überblick

2025

„Infineon Unlocked“

PR-Träger: Infineon Technologies Austria AG

2024

„Nicht wieder Mary“

PR-Träger: waff - Wiener Arbeitnehmer*innen Förderungsfonds

Externe Berater:in: BTTR GmbH

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 Bundespressdienst (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

