



St

p



Staatspreis
Public Relations 2017





Dr. Harald Mahrer
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

© Marek Knopp

Zum bereits 34. Mal verleiht das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft mit dem Staatspreis Public Relations 2017 die höchste offizielle Auszeichnung für herausragende Leistungen im Bereich Public Relations. Ganz nach dem Motto: «PR is performance recognition» ist es unser Ziel, PR für gute PR zu machen.

Mit dem Staatspreis werden PR-Maßnahmen ausgezeichnet, die mit innovativen Konzepten klar definierte Kommunikationsziele erreichen, zu einer optimalen Marktpräsenz führen, Awareness schaffen und Wertschöpfung erzeugen. PR ist Mittler zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit, fördert Kunden- und Mitarbeiterbindungen und transportiert Visionen. Und das im besten Fall auf eine transparente, offene und authentische Art und Weise. Gute PR ist damit ein maßgeblicher Faktor für die erfolgreiche Etablierung einer Marke und eine starke Positionierung im Wettbewerb.

In diesem Sinne darf ich daher alle Agenturen, Organisationen und Unternehmen einladen, ihre besten Projekte zum Staatspreis Public Relations 2017 einzureichen. Mit dem «Austrian Young PR Award» wird 2017 zudem zum zweiten Mal ein Sonderpreis für junge PR-Profis vergeben.

Ich freue mich auf zahlreiche Einreichungen und einen spannenden Wettbewerb der Besten. Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wünsche ich schon jetzt viel Erfolg.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Harald Mahrer', written in a cursive style.

Dr. Harald Mahrer
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft



Staatspreis Public Relations

Zur Förderung professioneller, verantwortungsvoller und nachhaltiger Öffentlichkeitsarbeit verleiht der Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft 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 2016 und 30. Juni 2017 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 Wissenschaft, Forschung 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 € 290,- 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 2017 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, 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-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 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 und in der Kommunikationswirtschaft

Beispiele: Entwicklung und Umsetzung von innovativen 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 2017 läuft von 6. Juni bis 22. September 2017. 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.

Einsendeschluss für den Staatspreis PR ist Freitag, der 22. September 2017, 24.00 Uhr. Relevant ist der Online-Eingang.

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **29. September 2017** 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-Generalsekretärin Sabine Fichtinger. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft ernannt. In der Jury sind Kommunikationsfachleute u. a. aus folgenden Institutionen, Unternehmen oder Verbänden vertreten: Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Fachhochschulen Wien und Graz, Kammer für Arbeiter und Angestellte, Industriellenvereinigung, Public Relations Verband Austria (PRVA), Universitäten Wien, Salzburg und Krems, Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Wirtschaftskammer Österreich (WKO) und außerdem der Staatspreisträger 2016 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
Dr. Sabine Fichtinger, PRVA-Generalsekretärin
E-Mail: s.fichtinger@prva.at
1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock
Telefon: 01/715 15 40-200
www.prva.at

Staatspreis PR

Der Staatspreisträger erhält eine vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft 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 Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft unterzeichnete Urkunde. Der Träger des Staatspreises wird aus dem Kreis der Nominierten ermittelt.

Projektpräsentation

Das Siegerprojekt und die zum Staatspreis nominierten Projekte werden im Rahmen der #PRGala17 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“

Heuer vergibt die Staatspreisjury zum zweiten Mal den „Austrian Young PR Award“. Dieser wird im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Public Relations 2017 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 Zweierteams 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 Verband Österreichischer Zeitungen. Das Briefinggespräch dafür findet am 20. Juni 2017 statt. Infos und Anmeldung werden via PRVA-Newsletter bekanntgegeben.

Teilnahmegebühr

Die Kosten für die Einreichung zum „Austrian Young PR Award“ betragen € 45,- 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 2017 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 2017 von 6. Juni bis 22. September 2017. 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.

Einsendeschluss für den Austrian Young PR Award ist Freitag, der 22. September 2017, 24.00 Uhr. Relevant ist der Online-Eingang.

Per Post kann nur Material eingereicht werden, bei dem die haptische Qualität für die Beurteilung relevant ist. Postalische Einreichungen sind bis Freitag, den **29. September 2017** an den Public Relations Verband Austria (PRVA), 1030 Wien, Lothringerstraße 12/4, möglich.

Staatspreis Public Relations

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-Generalsekretärin Sabine Fichtinger. Die Mitglieder der Jury werden auf Vorschlag des PRVA vom Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft 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

Dr. Sabine Fichtinger, PRVA-Generalsekretärin

E-Mail: s.fichtinger@prva.at

1030 Wien, Lothringerstraße 12/4.Stock

Telefon: 01/715 15 40-200

www.prva.at

<p>2007</p> <p>PR-Träger: Spar Österreich Externer Berater: alphaaffairs Der SPAR Schulwettbewerb: „Check deinen Snack mit Jack the Snack“</p>	<p>2011</p> <p>PR-Träger & Umsetzung: Salzburg AG Wasserkraft Sohlstufe Lehen: Stakeholder-Kommunikation für eine Großbaustelle in der Weltkulturerbe-Stadt Salzburg</p>	<p>2015</p> <p>PR-Träger: ÖBB Eröffnung Wien Hauptbahnhof</p>
<p>2008</p> <p>PR-Träger: Büchereiverband Österreichs Externer Berater: Dr. Barbara Brunner, Öffentlichkeitsarbeit Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek</p>	<p>2012</p> <p>PR-Träger & Umsetzung: BMW Motoren GmbH BMW Werk Steyr: Wir sind nachhaltig erfolgreich!</p>	<p>2016</p> <p>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</p>
<p>2009</p> <p>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“</p>	<p>2013</p> <p>PR-Träger: The Skills Group GmbH (Initiator), Österreichischer Bundespressedienst (Projektpartner), Presseclub Concordia (Projektpartner) Berater: The Skills Group GmbH Journalismus & Demokratie</p>	
<p>2010</p> <p>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“</p>	<p>2014</p> <p>PR-Träger: Verein kultur krumbach und Gemeinde Krumbach Berater: ikp Vorarlberg GmbH und Baschnegger Amann Partner - Arbeitsgemeinschaft BUS:STOP Krumbach</p>	





Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
1010 Wien • Stubenring 1

www.bmwf.w.g.v.at