

16.09.2010 - 19:44 Uhr

Award-CC: Die Preisträger 2010



Zürich/Solothurn (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit
unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100008000> -

Die sechste Preisverleihungszeremonie des Awards Corporate Communications[®] fand am Mittwoch, 15. September 2010, in Zürich statt. Die begehrten «Communicators», die einzigartigen Skulpturen des Tessiner Bildhauers Pedro Pedrazzini, gingen an den Verband hotelleriesuisse, Bern für «Swiss Hotel Film Award» sowie an die beiden Agenturen MySign AG, Olten für «Alpiq Power to the Fans» und Kreon Communications AG, Basel für «Young Stage - International Circus Festival Basel».

Beispielhafte Kommunikationskonzepte und Umsetzungen

An der Preisverleihung begrüßte Bildungspartner Cyril Meier, Leiter Center for Communications, und der Organisator Roland Bieri die über 100 Kommunikationsfachleute aus der ganzen Schweiz im Auditorium der HWZ in Zürich. Der Award-CC ist die Anerkennung für Profit- und Nonprofit-Organisationen, die kreative und beispielhafte Qualitätsleistungen der integrierter Kommunikation erbringen. Durch den Abend begleitete souverän die Moderatorin Katharina Deuber, Redaktorin CASH TV.

Es wurden wiederum spannende Projekte aus der ganzen Schweiz sowie Deutschland auf hohem Niveau eingereicht. Die Nutzung von Social Media-Plattformen ist unabdingbar und wird jedes Jahr vermehrt taktisch intelligent eingesetzt. Mit Spannung erwartete das Publikum die Bekanntgabe der Preisträger des Award-CC 2010. Die Fachjury gab die «Winner» bekannt und präsentierte drei ausgezeichnete Kommunikationskampagnen.

Preisträger hotelleriesuisse, Bern mit Projekt: Swiss Hotel Film Award

Ein eher sachlich-nüchternen Verband mit Mitgliedern, die sich der Schweizer Tradition verpflichten, steht vor der strategischen Aufgabe, das Image der Branche aktiv zu verbessern und zu stärken. Die Initianten des preisgekrönten Kommunikationskonzeptes wussten um die Besonderheit, dass die emotionale Welt der Hotellerie nirgends besser eingefangen werden kann als mit bewegten Bildern. Hinter der Idee des ersten nationalen Wettbewerbes für Kurzfilme stand deshalb die kreative Nutzung der Symbiose zwischen Hoteltradition und Filmkunst.

Die Jury attestiert dem Preisträger den eingangs erwähnten Mut, weil die Idee eines Awards in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld lanciert wurde und das Risiko bestand, dass die Verbandsmitglieder das Projekt als unnützen Luxus hätten abtun können. Der Mut wurde belohnt. Dank einer unter Berücksichtigung anspruchsvoller heterogener Zielgruppen lückenlos formulierten Kommunikationsstrategie akzeptierten die Verbandsmitglieder die sorgfältige Situationsanalyse, die daraus abgeleiteten Ziele und die damit verbundenen Herausforderungen. Mit einer kapillaren Kommunikationsstrategie wurde die Schweizer Filmszene animiert, sich auf kreative Art mit dem Mikrokosmos Hotel auseinanderzusetzen. Zwanzig Konzepte schafften es in die Endrunde. Die letzte Filmklappe fiel anlässlich der ersten Award-Verleihung in der Arena Filmcity in Zürich, an der die besten Filmbeiträge ausgezeichnet wurden. Nach der Prämierung wurden die Gewinnerfilme auf den Websites der Hotels aufgeschaltet, in denen der Kurzfilm spielte.

Die Kommunikationskontrolle und der positive Zielerreichungsgrad dokumentieren eindrücklich den Erfolg dieses Kommunikationskonzeptes. Der Anstoss für eine andere Form von Kommunikations- und Marketingaktivitäten wurde gegeben und Hotelverantwortliche bekräftigten ihre Absicht, bewegte Bilder in Zukunft verstärkt für die Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen. Der Verband konnte sich gegenüber seinen Mitgliedern und innerhalb der Branche als innovativ etablieren und die teilnehmenden Hotels profitierten von der aktiven Kommunikationsarbeit ihrer Dachorganisation.

Preisträger Agentur MySign AG, Olten mit Projekt: Alpiq - Power to the Fans

Das Ziel, das sich die Kommunikationsabteilung von Alpiq mit ihrer Aktion «Power to the Fans» zwischen gesetzt hatte, war kein leichtes: Es galt die Fans der Olympischen Winterspiele mit Energie zu versorgen, ohne jedoch Sponsor der Spiele zu sein, und dabei gleichzeitig alle rechtlichen Vorgaben einzuhalten, um dem Image des aus der Fusion von ATEL (einer in der Deutschschweiz sehr bekannten Marke) und EOS (einer in der Westschweiz sehr bekannten Marke) entstandenen Energieversorgers Alpiq nicht schon so kurz nach seiner Entstehung zu schaden.

Seit 2009 ist Alpiq Hauptsponsor des Schweizer Ski-Dachverbands Swiss-Ski. Mit der im Rahmen der Kommunikationsstrategie des Unternehmens durchgeführten Aktion sollten die verschiedenen Dialogpartner auf die neue Schweizer Marke aufmerksam gemacht werden, die aus der Fusion zweier alteingesessener, in ihren jeweiligen Regionen gut etablierten Marken entstanden war.

Mithilfe eines innovativen Konzeptes ist es dem Energieversorger gelungen, in gerade einmal drei Monaten eine Fangemeinde von etwa 4400 Schweizer Wintersportbegeisterten aufzubauen, diese digital zu vernetzen und so einen Weltrekordversuch zu starten: Mit grossem Sport- und Mannschaftsgeist wurde die grösste Glückwunschkarte der Welt geschrieben und somit ein Eintrag als grösstes Poster der Welt ins «Guinness-Buch der Rekorde» erreicht.

Die Jury schätzte insbesondere mit welcher Opportunismus (im positiven Sinne des Wortes) und Innovation aus einem Sponsoring-Projekt ein Weltrekord mit starker Medienpräsenz wurde. Die Einbindung neuer Medien in die klassische Medienwelt ist hier unserer Meinung nach besonders gut dargestellt. Ebenso gelungen ist auch die nationale Berichterstattung über das Ereignis, bei der anders als sonst die verschiedenen Sprachgebiete des Landes einbezogen wurden, ohne dabei das Bild des «Röstigrabens»

heraufzubeschwören.

Angesichts des so eng gesteckten rechtlichen Rahmens in Bezug auf olympische Veranstaltungen hat der geniale Opportunismus von Alpiq unser aller Bewunderung verdient. Es gelang der Marke, sich in nur drei Monaten die olympischen Werte zu eigen zu machen, und dies ohne grössere Ausgaben und - bemerkenswerterweise - ohne ins Visier der Anwälte der Organisation mit den fünf Ringen zu geraten.

Preisträger Kreon Communications AG, Basel mit Projekt: Young Stage - International Circus Festival Basel

Es ist bekannt: die Schweiz zählt zu den Ländern mit der höchsten Festivaldichte. Dazu gehört auch der Zirkusbereich: Am bekanntesten in der Schweiz ist der in Rapperswil beheimatete Zirkus Knie. Parallel dazu schlagen über 30 kleinere Zirkusse wie Nock, Royal, Monti oder die Winterzirkusse wie Conelli etc. ihre Zelte auf. Generell ist das Kommunikationsthema Zirkus in der Schweiz stark und sehr traditionell verankert.

Die Agentur Kreon ging bei ihrem Konzept systematisch vor, ging es doch darum, die Marke Young Stage zu definieren und zu etablieren. Die Gesamtkommunikation für das Festival wurde umfassend geplant. Zu diesem Zweck wurden drei heterogene Kernzielgruppen definiert. Es sind dies erstens die besten professionellen Jungartisten bis 27 Jahren aus der ganzen Welt, zweitens die Medien und drittens das Publikum der Kantone Baselstadt und Baselland. Für die Rekrutierung der Artisten wählte man eine möglichst persönliche Ansprache, wie mittels Rekrutierungsflyer, professioneller Webauftritt und Facebook-Gruppe, die in kurzer Kadenz mit der Zielgruppe kommunizierte.

Der Erfolg lässt sich sehen: Aus 200 Bewerbungen konnten 15 Zirkusnummern aus 9 Nationen und aus drei Kontinenten nach Basel eingeladen werden. Die Medien wurden zu zwei Medienkonferenzen eingeladen, zu der je 10 bis 20 Journalisten kamen. Zusätzlich wurden Exklusivinterviews und die Möglichkeit zur Probenteilnahme angeboten. Als Höhepunkt darf sicher die Showaufzeichnung durch das Schweizer Fernsehen gewertet werden, die im Januar 2011 ausgestrahlt wird.

Beeindruckt hat die Jury, dass hier ein KMU-Projekt in einem chronisch brotlosen Revier sehr ambitioniert und von Grund auf eine neue Idee entwickelt und umgesetzt hat. Dabei wurde nicht mit Bling-Bling-Effekten gearbeitet, sondern es wurde ein solides Konzept erarbeitet, das einen breiten Mix an Massnahmen vorsah und diese konsequent integriert vernetzte. Das Vorgehen ist zielorientiert geplant, umgesetzt - entsprechend beeindruckend präsentiert sich die Erfolgskontrolle.

Partner und Organisation

Die diesjährige Preisverleihung konnte dank namhaften Branchen-Partnern in die sechste Runde gehen. Initiator Roland Bieri und sein Team Aw-CC der Agentur Bi-Com.ch in Solothurn freut sich bereits auf die kommende Durchführung, die im September 2011 über die Bühne gehen soll.

Die Partner und Sponsoren: HWZ, Hochschule für Wirtschaft Zürich, Schweizer Werbung SW/PS, Publicité Romande, Argus der Presse, Publicitas Publimedia, news aktuell (Schweiz) AG, Cominmag Magazine, Fachmedien Marketing & Kommunikation, Persönlich, WerbeWoche und Kommunikationsmanager (D), io new management, Unternehmer-Zeitung, Verlag anthrazit, L'AGEFI, PME-Magazine, ImagePoint Bildagentur, Traductor Übersetzungen, Schober Information Group, Papyrus,

Schellenberg Druck, Gvision Movie, Ticketino, Event-Sponsoren:
BelvoirPark, Selection Schwander, Light-Design, Job-Source,
Agent:media und Citroën.

Kontakt:

Roland Bieri
Bi-Com
Kronengasse 15
4501 Solothurn
E-Mail: mail@award-cc.com
Internet: www.Award-CC.com

Medieninhalte



Die drei Gewinnerteams des Award-CC 2010. Von links: hotelleriesuisse Bern mit "Swiss Film Award", Agentur mySign Olten mit Projekt ÇAlpiq Power to the FansÈ sowie die Agentur Kreon Communications Basel mit dem Projekt "Young Stile - International Circus Festival Basel". / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications"



SŠmtliche Gewinner und Nominierte des Award-CC 2010 erhielten aus den HŠnden des Organisators Roland Bieri ein Zertifikat. / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008000/100610403> abgerufen werden.