

10.09.2009 – 21:00 Uhr

Award Corporate Communications[®] 2009: Ueberzeugende integrierte Kommunikationsleistungen



Olten (ots) -

Drei "Communicators 2009" für den Award Corporate Communications[®] und ein "Communicator" für den Kategorienpreis "Media Relations 2009" wurden am 10. September einmal mehr für hervorragende, innovative Kommunikationsleistungen vergeben.

Die 5. Preisverleihung der "Awards CC" fand im Rahmen des "Schweiz. Forum für integrierte Kommunikation" an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten statt. Die begehrten "Communicators", die einzigartigen Skulpturen des Tessiner Bildhauers Pedro Pedrazzini, gingen an die Weisse Arena Gruppe, Laax, mit der Vermarktung des Winterresorts LAAX, die cR Werbeagentur AG BSW, Basel, mit der integrierten Kommunikation zum Thema "Keine Schwarzarbeit. Das verdienen alle." für das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern, sowie die Agentur erdmannpeisker mit der überaus innovativen Kommunikationskampagne "Mammut 2.0" für die Bergsportmarke Mammut. Der "Award Media Relations 2009" ging an die Erklärung von Bern, Zürich, für die kreativ vernetzte Medienarbeit zum Projekt "Ilisu Staudamm in der Osttürkei". Preisverleiherin ist die Fachhochschule Nordwestschweiz.

Vernetzte Kommunikationsleistungen auf höchstem Niveau

An der diesjährigen Preisverleihung begrüßte Prof. Thomas Helbling, Leiter des Institute for Competitiveness and Communication ICC, rund 150 Kommunikationsfachleute aus der ganzen Schweiz in Olten. Erfolgreich integrierte Kommunikation sei heute ein strategischer Wettbewerbsfaktor, mit dem sich eine Organisation im Markt kommunikativ klar von der Konkurrenz abhebe, profiliere und entscheidende Wettbewerbsvorteile erzielen könne. Integrierte

Kommunikation sei mittlerweile ein professionelles, strategisches und effizientes Handwerk in Grossunternehmen, KMUs, Nonprofit-Organisationen und öffentlichen Verwaltungen. Helbling betonte, wie wichtig der Wettbewerb für die Förderung von Qualitätsleistungen auch in der Kommunikation sei. Der Award Corporate Communications nehme hier eine Spitzenreiterrolle ein.

Der Preisträger des "Golden Communicator 2008", Mark Bächer, CEO der Life Science Communication, Küsnacht, machte vor den Nominierungen 09 einen Rückblick auf die vergangenen Monate mit dem Award-CC 08. Bächer hatte mit seinem Team vor einem Jahr gemeinsam mit seiner Auftraggeberin, der Aids-Hilfe Schweiz, den goldenen Communicator für die Präventionskampagne "Mission Possible" gewonnen. Die Agentur kommunizierte ihre Auszeichnung über ihre Website, mit ihren Briefschaften und in der weiteren Kommunikation mit Kunden, Medien und anderen Dialoggruppen.

Die Nominierten 2009 stellte dieses Jahr wieder Mathieu Janin, Juror des Preises für integrierte Kommunikation, Kommunikationsberater und Vertreter der Westschweiz, vor. Auf die Shortlist geschafft hatte es die Agentur Brandpulse AG, Zürich, mit Victorinox AG, cR Werbeagentur AG BSW, Basel, mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, die Agentur erdmannpeisker, Biel, mit der Bergsportmarke Mammut, die Erklärung von Bern, Zürich, mit der Kommunikation zum "Ilisu Staudamm in der Osttürkei", Heads Corporate Communication AG BSW, Zürich, mit der Universität Zürich, Weisse Arena Gruppe, Laax mit der Vermarktung des Winterresorts LAAX sowie Syngenta International AG, Basel, mit dem Kommunikations-projekt "Grow more from less".

Beispielhafte Kommunikationskonzepte und Umsetzungen

Mit Spannung erwartete das Publikum an der Preisverleihung die Bekanntgabe der Preisträger des Award-CC 2009. Der Jury-Präsident, Rodolfo Ciucci, Dozent für Unternehmenskommunikation an der Hochschule für Wirtschaft FHNW, gab die "Winner" bekannt und präsentierte die drei ausgezeichneten Kommunikationskampagnen:

"Dieses Jahr hat die Jury drei gleichwertige Gewinner gekürt", so Ciucci. "Das ist fairer und erlaubt, der Breite der Aufgaben und Ziele sowie den unterschiedlichen Voraussetzungen verschiedener Institutionen besser gerecht zu werden. Dennoch hatte die Jury keine leichte Arbeit. Die Professionalität in der Kommunikation und damit die Qualität der Eingaben ist weiter gestiegen. Es wurden überaus spannende Projekte auf ähnlichem Niveau eingereicht. Die Integration der Zielgruppen und der Instrumente sowie clevere Strategien sind nunmehr besserer Standard. Online-Medien sind nahezu unabdingbar in den neuen Kommunikationspaketen und werden auch taktisch intelligent eingesetzt. "

Die Vermarktung der Winterdestination Laax in einem hart umkämpften Tourismusmarkt baut auf einer präzisen Analyse, einer mutigen Strategie und einer starken Umsetzung in den verschiedenen Medien. Laax wird durch die Weisse Arena Gruppe im Rahmen einer Zweimarken- Strategie ausschliesslich für den Wintersport positioniert und differenziert sich durch ein stimmiges Paket von Produkt und Kommunikation. Die Zweimarken-Strategie erscheint als mutiger Schritt in neue Dimensionen des Brandings. Die Gewichtung der Massnahmen je Zielgruppe nach einer Touchpoint-Analyse ist solid strategisch verankert. Die interne Kommunikation wird als entscheidendes Element zum Aufbau eines Markenbewusstseins eingesetzt. Zielsetzungen und Kontrolle sind sehr konkret und konsistent.

"Keine Schwarzarbeit. Das verdienen alle" ist eine stimmige, kräftige und wahrnehmbare Sensibilisierungskampagne ohne erhobenen Zeigefinger. Die cR Werbeagentur AG BSW, Basel, konzipierte diese Kampagnen für das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. Im Mittelpunkt standen die Aufklärung und Aktivierung der Zielgruppen. Die massenmediale Kampagne mit Plakaten und Verkehrsmittelwerbung als Rückgrat wurde ergänzt durch branchenspezifische Kampagnen, durch die Online-Plattform und Coalition Building. Die Kommunikation präsentiert sich insgesamt einheitlich und integriert. Bewusstseinsziele wurden definiert und erreicht.

Mit dem Konzept "Mammut 2.0" haben die Agentur erdmannpeisker, Biel, und die Mammut Sports Group, Seon, eine innovative Kampagne mit hohem Involvement lanciert. Die neue Kooperationskampagne öffnet sich den Kunden und integriert auch Community-Marketing. Sie involviert direkt die Zielgruppen bei Testevents und verwertet diese in einer kunstvollen Imagekampagne mit starken Bildern sowie Medienaktivitäten. Die Kampagne wurde inhaltlich und gestalterisch überaus kreativ für die neuen Medien aufbereitet, mit einem mustergültigen Einsatz des Web 2.0. So bringt die Mammut 2.0 Kampagne Authentizität, Ästhetik und Kommerz spontan mit den neuen Medien zusammen.

Optimierungspotenzial sieht Rodolfo Ciucci für mutigere, konkretere Zielsetzungen, in der Mehrdimensionalität der Ziele und Ergebnisse sowie in der Konsistenz von Zielsetzungen und Ergebnismessung.

Anspruchsvolle Disziplin Media Relations

Der "Award Media Relations 2009" ging an die Erklärung von Bern, Zürich für die Kommunikation zum Projekt "Ilisu Staudamm in der Osttürkei". Die Erklärung von Bern erhält, gemäss dem Jury-Vorsitzenden Winfried Kösters, stv. Chefredaktor der Schweiz. Depeschenagentur SDA, Bern, den Award Media Relations für ihre exemplarisch gute Medienarbeit im Rahmen des Staudammprojektes Ilisu in Südostanatolien (Türkei).

Die Türkei entschied Ende der 90er Jahre, den Tigris mit einem 1800 m breiten und 135 m hohen Erddamm zu stauen. Das Wasser sollte zur Stromproduktion genutzt werden. Die Nichtregierungsorganisationen, allen voran die Erklärung von Bern, lehnten die Umsiedlung Tausender von Menschen in der Umgebung des Staudamms ab. Deutschland, Österreich und die Schweiz machten in der Folge strenge Auflagen als Vorbedingung für eine Bürgschaftsvergabe. Als die Türkei den Auflagen nicht nachkam, setzten die drei Länder im Dezember 2008 die Verträge mit dem Lieferkonsortium aus und stoppten damit die bereits begonnen Bauarbeiten. Da die Türkei den Auflagen für den Umwelt- und Kulturgüterschutz nicht nachkam, gaben die drei Staaten schliesslich am 7. Juli 2009 ihren Rückzug aus dem Projekt bekannt.

Nach Ansicht der Jury des Award Media Relations hat die "Erklärung von Bern" ein komplexes, hochtechnisches Projekt mit einer ausgezeichneten Medienarbeit kritisch begleitet. Die Zielsetzung - gut dosierte Informationen an die relevanten Medien zu klug gewählten Zeitpunkten - war klar und prägnant formuliert. Eine generalstabsmässige Planung, weltweit mit diversen NGO koordiniert, fruchtete und setzte die für die Finanzierung wichtigen Staaten unter erheblichem Druck.

Ein genialer Schachzug war der Vorschlag der "Erklärung von Bern", die Region im Einzugsgebiet des geplanten Staudamms ins Unesco-

Weltkulturerbe aufzunehmen. Eine clevere Idee war auch, dass die NGO weltweit bekannte Künstler auftreten liess, die ihre Shows mit einer starken Kritik am Staudamm-Projekt verknüpften. Journalistisch gut aufbereitete Communiqués und vorbildliche klassische Medienarbeit sicherten der Nichtregierungsorganisation die Themenführerschaft im Ilisu- Staudammprojekt.

Die diesjährige Preisverleihung, die dank vielen Partnern und Sponsoren wie auch mit den Preissponsoren ARGUS der Presse sowie news aktuell ermöglicht wurde, moderierte Prof. Dr. Ruedi Käch vom Institute for Competitiveness and Communication ICC. Nach einem herzlichen Dank ans Publikum, an alle Award-Bewerbenden, an die Juroren, an alle Sponsoren und Partner sowie an die Award-Initianten und -Organisatoren Jolanda Eggenschwiler, PR Words, Lohn/Solothurn und Roland Bieri, Solothurn, feierten die Kommunikationsfachleute die Awards und Preisträger bei einem Communication Cocktail riche - branchenentsprechend überaus kommunikativ. www.award-cc.ch

Die Partner und Sponsoren des Preises für integrierte Kommunikation

Preisverleiher: Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Hochschule für Wirtschaft, Institute for Competitiveness and Communication ICC

Partner und Sponsoren: Schweizer Werbung SW/PS, Zürcher Public Relations Gesellschaft ZPRG, Haute Ecole de Gestion HEG Fribourg, ARGUS der Presse, news aktuell, Fachmedien Marketing & Kommunikation, Persönlich, Werbewoche und Kommunikationsmanager (F.A.Z.-Institut Frankfurt), Anthrazit, Wirtschaftsmedien Bilan, io new management und Magazine PME der Verlagsgruppe Axel Springer, UnternehmerZeitung, Mittelland Zeitung, Sonntag, Publicitas, Kommunikationsclub Headline, ImagePoint Bildagentur, Fotoatelier Strahm, Tra&Doc Uebersetzungen, Sihl+Eika Papier, Albrecht Druck und Satz, Schober Group; Event-Sponsoren: Christinger Partner, Job Source, Migros Party-Service, Radio 32, Smartec Veranstaltungstechnik, Grafik: Patrik Hellmüller. Projektmanagement: Bi-Com und PR Words.

Die Medienmitteilung ist mit Bildmaterial auch zu finden unter: www.presseportal.ch und www.award-cc.ch

Kontakt:

Award Corporate Communications
Postfach
CH-4573 Lohn/Solothurn
Tel.: +41/32/677'00'77 oder +41/32/621'89'60
E-Mail: mail@award-cc.ch
Internet: www.award-cc.ch

Medieninhalte



Preistraegerin eines Award-CC 09: (v.l.) Weisse Arena Gruppe, Laax, Julia Dimmler und Britta Kaula. Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications". Marketing/Veranstaltung/Wettbewerb



Ein Award-CC 09 ging an die Agentur erdmannpeisker, Gabriel Peisker, Biel, mit dem Kunden Mammot Sports Group, Gabriela Hodel, Seon. Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications".



Award Corporate Communications 2009: Ueberzeugende integrierte Kommunikationsleistungen / Den Award Media Relations 09 holte sich Christine Eberlein, Erklärung von Bern, Zürich. / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications"



Preistraeger eines Award-CC 09: (v.l.) cR Werbeagentur AG BSW, Thomas Fux, Basel, mit dem Kunden Staatssekretariat fuer Wirtschaft SECO, Giusep Valaulta und Dominik Moser, Bern. Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications". Marketing/Veranstaltung/Wettbewerb



Drei Awards CC 2009 für hervorragende integrierte Kommunikationsleistungen und ein Award Media Relations 2009 für erfolgreiche Medienarbeit wurden am 10. September an der Hochschule für Wirtschaft FHNW in Olten vergeben an: Julia Dimmler (l.) und Britta Kaula (Mitte), Weisse Arena Gruppe, Laax; Gabriela Hodel, Mammot Sports Group, Seon (2.v.l.) mit Gabriel Peisker, erdmannpeisker, Biel (vorne l.); Preisträgerin Award Media Relations: Christine Eberlein, Erklärung von Bern, Zürich (2.v.r.); Giusep Valaulta, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern (hinten r.) mit Thomas Fuchs, cR Werbeagentur AG BSW, Basel (vorne r.). (Bild: Bernhard Strahm) / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Corporate Communications Award"



Der von news aktuell gesponserte Award Media Relations 09 ging an die Erklärung von Bern, Zürich (v.l. Jeanette Scherrer, newsaktuell, Zürich; Christine Eberlein, Erklärung von Bern, Zürich; Winfried Ksters, Jury-Vorsitzender des Award-MR, stv. Chefredaktor der Schweiz. Depeschenagentur SDA, Bern). / Award Corporate Communications  2009: Ueberzeugende integrierte Kommunikationsleistungen / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Award Corporate Communications"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008000/100589706> abgerufen werden.