

„Die Qualität war beeindruckend“

Die Silberne Feder und der Best PRactice Award des Jahres 2021 wurden vom Public Relations Verband Austria vergeben.

WIEN. Im Rahmen einer feierlichen Verleihung im Haus der Industrie würdigte der PRVA letzte Woche, Mittwoch, die Sieger des Best PRactice Awards sowie der Silbernen Feder.

In einem Jahr, das stark durch die Pandemie geprägt war, sei es für die Mitglieder der Juries nicht immer einfach gewesen, sich auf ein Ranking zu einigen, so eine Presseaussendung des PRVA.

„Anspruchsvolles Thema“

Den Best PRactice Award, der innovative heimische PR-Konzepte auszeichnet, ging in Gold an Division4 Communication mit ihrer Aufklärungskampagne zu Multipler Sklerose für das Biotechnologie-Unternehmen Biogen Austria. Mit Unterstützung von Ambassadors und unter dem Slogan „Gib der MS (d)ein Gesicht“ wurde zu Fotospenden aufgerufen. Dadurch sollen soziale Barrieren aufgehoben werden, Betroffene und Angehörige gleichermaßen Unterstützung erhalten. „Das Siegerprojekt überzeugt mit einer klaren Strategie. Damit wurde man dem anspruchsvollen Thema inhaltlich gerecht und gene-



© Martina Berger (2)

Verleihung

Vergangene Woche wurden die Silberne Feder sowie der Best PRactice Award im Haus der Industrie vergeben (Bild: Juryvorsitzende Bettina Gneisz-Al-Ani).

rierte eine effiziente wie effektive Kampagne“, begründet die Juryvorsitzende des Best PRactice Awards, Bettina Gneisz-Al-Ani.

Die WK Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, die mit ihrer Kampagne „Ein Kaffee kann den Tag retten, zwei vielleicht das Kaffeehaus“ die dramatische Situation der Wiener Kaffeehäuser

sichtbar machte, gewann Silber. Und Platz drei ging an die Österreichische Energieagentur mit ihrer neuen Podcast-Reihe zu erneuerbarer Energie. Das kommunikationstechnisch sperrige Thema erhielt durch das neue Medium Raum.

Kopf-an-Kopf-Entscheidungen

Die Silberne Feder erhalten wiederum Mitarbeitermedien, die dazu beitragen, dass die Qualität der internen Kommunikation im deutschsprachigen Raum gesteigert wird. In der Kategorie Print wurde das dm Mitarbeitermagazin *durchblick* ausgezeichnet, das erst kürzlich einen Relaunch durchlief. Eingereicht wurde das Projekt von movea marketing.

Die Lebenshilfe Oberösterreich siegte in der Kategorie Mitarbeiterstory, die in einer Spezialausgabe ihres Magazins *streiflichter* die NGO-Leistungen

ihrer Mitarbeiter mit mehreren Porträts würdigte.

Der erste Platz in der Kategorie Bild – Video – Ton ging an die St. Anna Kinderkrebsforschung, die in der Videoserie #Employee-

Preise des PRVA

Best PRactice Award

Die jährliche Vergabe des Awards soll jene realisierten PR-Projekte würdigen, die ein besonders innovatives, kreatives PR-Konzept auszeichnet. Die PR-Projekte können entweder von Auftraggebern oder PR-Treibenden eingereicht werden.

Silberne Feder

In vier Kategorien (Digital, Print, Bild-Video-Ton, Mitarbeiter-Story) werden interne Medienprojekte ausgezeichnet, die in den vergangenen zwei Jahren vor der Einreichung konzipiert und produziert wurden. Es können interne Medienprojekte aus dem gesamten deutschsprachigen Raum eingereicht werden.

Siegreich

Division4 Communication konnte mit einer Aufklärungskampagne für das Biotechnologie-Unternehmen Biogen Austria punkten und sich den ersten Platz beim Best PRactice Award sichern.

