

Information für die Medien

Der Internationale Deutsche PR-Preis 2011

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) und das F.A.Z.-Institut würdigen herausragende kommunikative Spitzenleistungen mit dem PR-Preis.

Berlin/Wiesbaden, 10. Oktober 2011 – Die DPRG zeichnete zusammen mit dem F.A.Z.-Institut 22 Preisträger aus der PR- und Kommunikationsbranche mit dem „Internationalen Deutschen PR-Preis“ aus. Rund 500 PR-Spezialisten sowie Topmanager aus Unternehmen und Verbänden erlebten am vergangenen Freitag eine glanzvolle Preisverleihung im Kurhaus in Wiesbaden. Moderiert wurde die Gala wieder von dem Berliner TV-Journalisten Sascha Hingst.

„Die Kommunikationsbranche hat zweifelsfrei belegt, auf welchem qualitativ hohem Niveau unsere Kolleginnen und Kollegen wertorientiert und wertsteigernd arbeiten. Ich freue mich, in diesem Jahr insbesondere einer Fußball-Legende im Einsatz für den Frauen-Fußball mit der Auszeichnung „Kommunikatorin des Jahres“ zu würdigen, betonte DPRG-Präsident Ulrich Nies in seiner Eröffnungsrede. Volker Sach, Geschäftsführer des F.A.Z.-Instituts, ergänzte: „Strategische Kommunikation wird heute als Managementaufgabe verstanden. Mit der Verleihung des „Internationalen Deutschen PR-Preises“ unterstreichen wir diese strategische Bedeutung guter PR und honorieren exzellent umgesetzte Konzepte.“

Verliehen wird der Internationale Deutsche PR-Preis von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) und dem F.A.Z.-Institut. Er ist die höchste Auszeichnung der PR-Branche im deutschsprachigen Raum. Dr. Ansgar Zerfaß, Universitätsprofessor für Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft an der Universität Leipzig, leitete 2011 als Vorsitzender die international besetzte Jury. Diese bestand aus führenden Kommunikationsfachleuten aus Agenturen, Unternehmen und aus dem Wissenschaftsbereich.

Die Preisträger im Einzelnen:

Kommunikator des Jahres

Steffi Jones wurde als Kommunikatorin des Jahres mit dem Internationalen Deutschen PR-Preis 2011 ausgezeichnet. Als Präsidentin des Organisationskomitees bei der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen 2011 standen die kommunikativen Fähigkeiten der ehemaligen Fußballerin im Mittelpunkt, die 2007 nach 30 Jahren ihre aktive Karriere beendete: Bei öffentlichen Auftritten und weltweiten Werbetouren verstand sie es mit ihrer authentischen und sympathischen Art den Deutschen Frauenfußball zu repräsentieren und die Leidenschaft dafür zu transportieren. Über ihre Leistung als OK-Präsidentin hinaus engagiert sich Jones ehrenamtlich für Projekte der Drogenhilfe sowie für solche, die sich für mehr Integration, Toleranz und Fair Play im Fußball einsetzen. „Steffi Jones hat mit ihrer herausragenden und exzellenten Kommunikation den Frauenfußball in Deutschland etabliert und einen hohen gesellschaftlichen Beitrag geleistet“, würdigte DPRG-Präsident Ulrich Nies die Repräsentantin des DFB. Die Deutsche Public Relations Gesellschaft vergibt den Titel „Kommunikator/In des Jahres“ an verdienstvolle Persönlichkeiten außerhalb der PR-Branche.

Deutscher Image Award

Der renommierte „Deutsche Image Award“ ging in diesem Jahr an Martin Winterkorn, den Vorstandsvorsitzenden der Volkswagen AG, und seinen Kommunikationschef Stephan Grühsem. Geradlinigkeit, Erfolg und Bodenständigkeit zeichnen nach Ansicht internationaler Meinungsführermedien den Vorsitzenden aus. Für die klare Profilierung und glaubwürdige kommunikative Vermittlung sorgten sein Kommunikationschef und dessen Team. Verliehen wurde der Award für das beste Medienimage durch das F.A.Z.-Institut, PRIME research international und die DPRG. Die Laudatio hielt Herbert Hainer, der Vorstandsvorsitzende von adidas.

Die Preisträger

Kategorie Veränderungs-, Konflikt- und Krisenkommunikation

Titel: „Arbeiten wie im Hamsterrad – 160 Stunden TUI Krisenkommunikation“

Einreicher/Auftraggeber: TUI Deutschland GmbH

Kategorie Reputation, Branding und Issues Management

Titel: „Quietly brilliant“

Einreicher: Trademark Public Relations GmbH

Auftraggeber: HTC Europe

Kategorie Verantwortungskommunikation und CSR

Titel: „1:0 für Volkswagen – Corporate Social Responsibility in Südafrika“

Einreicher/Auftraggeber: Volkswagen AG

Kategorie Wertschöpfung, Evaluation und Research

Titel: „Gut ist uns nicht gut genug – wir fragen nach!“

Einreicher/Auftraggeber: Siemens AG und aexea Leipzig GmbH

Kategorie Innovative und kreative PR

Titel: „eEtiquette – 101 Leitlinien für die digitale Welt“

Einreicher/Auftraggeber: Deutsche Telekom AG

Titel: „Das Comeback des Jahres! Ken“

Einreicher/Auftraggeber: Mattel GmbH

Kategorie Presse- und Medienarbeit

Titel: „WM Orakel Paul der Octopus“

Einreicher: Dederichs Reinecke & Partner

Auftraggeber: Sea Life Deutschland

Kategorie Community-Kommunikation

Titel: „connect.BASF“

Einreicher/Auftraggeber: BASF SE

Kategorie Interne Kommunikation

Titel: „Gelebte Compliance Kultur – global“

Einreicher: Deekeling Arndt Advisors in Communications GmbH

Auftraggeber: METRO AG

Kategorie Investor Relations und Finanzkommunikation

Titel: „Investmentfonds. Nur für alle.“

Einreicher: fischerAppelt

Auftraggeber: Bundesverband Investment und Asset Management e.V.

Kategorie Public Affairs und Gesellschaftspolitik

Titel: „Familienbewusste Arbeitszeiten“: Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Einreicher: ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG

Auftraggeber: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Kategorie PR in Marketing und Vertrieb

Titel: „Das Comeback des Jahres! Ken“

Einreicher/Auftraggeber: Mattel GmbH

Kategorie Mittelständische Unternehmen

Titel: „Networking the Experts – die LMT e-Convention“

Einreicher: SCRIPT CORPORATE+PUBLIC COMMUNICATION GmbH

Auftraggeber: LMT – Leading Metalworking Technologies

Kategorie Non-Profit-Organisationen

Titel: „Deutschland findet Euch“

Einreicher: fischerAppelt / kempertrautmann

Auftraggeber: Initiative vermisste Kinder

Kategorie Verbände und öffentliche Institutionen

Titel: „Studieren mit Meerwert“ – Studieren in Mecklenburg-Vorpommern

Einreicher: Molthan van Loon Communications GmbH (GPRA)

Auftraggeber: Staatskanzlei Mecklenburg-Vorpommern

Kategorie Gesundheit und Ernährung

Titel: „Voltaren Gelenk Aktiv Tour“

Einreicher: Edelman GmbH

Auftraggeber: Novartis Consumer Health GmbH

Kategorie Technologie, Innovation und Forschung

Titel: „Seeking the World's Best Postdocs“

Einreicher: science communications GmbH

Auftraggeber: Society in Science – The Branco Weiss Fellowship

Kategorie Business-to-Business

Titel: „Deutschlands zentraler Datenknoten – die Rechenzentren von Interxion“

Einreicher: Fink & Fuchs Public Relations AG

Auftraggeber: Interxion Deutschland GmbH

Kategorie Inszenierung und Live-Kommunikation (Event, Sponsoring, Messen)

Titel: „Still-Leben Ruhrschnellweg – Feiern auf der Autobahn“

Einreicher: TAS Emotional Marketing GmbH

Auftraggeber: RUHR.2010 GmbH

Kategorie Online-Kommunikation und Social Media

Titel: „Passion für PS – mobile.de goes Social Media“

Einreicher: achtung! GmbH

Auftraggeber: mobile.international GmbH

Kategorie Corporate Media (Publikationen, Filme, TV)

Titel: „Global Impressions of Bosch“

Einreicher: Robert Bosch GmbH,

Corporate Communications, Project steering „125 years of Bosch“

Auftraggeber: Robert Bosch GmbH

inkom. Grand Prix

Titel: „inside.mag: eine Leserschaft wie keine“
 Einreicher/Auftraggeber: Axel Springer AG

Der Junior-Award

Um den bundesweiten PR-Nachwuchs zu fördern, stiftete die DPRG gemeinsam mit der ING-DiBa AG den DPRG-Junior-Award. An der Ausschreibung zum Praxiswettbewerb konnten sich Studenten, PR-Trainees und Volontäre beteiligen. Prämiert wurden ausschließlich Kommunikationskonzepte für eine Organisation im Non-Profit-Bereich. Hierzu hat der Beirat des „Internationalen Deutschen PR-Preises 2011“ die „Deutsche Kinderturn-Stiftung“ ausgewählt.

Maßgebend sind hierbei die Kriterien: Bedürftigkeit der Organisation, hohe gesellschaftliche Notwendigkeit für die Durchführung des Projekts und die herausfordernde kommunikative Aufgabenstellung. Ermittelt wurden die Preisträger von dem Juryvorsitzenden Ulrich Nies und den Jurykollegen Eliza Manolagas, Peter Steinke, Holger Marth und Thomas Lüdeke.

Preisträger:

Kristin Ebenau, Sylvia Gilke und Stefanie Wesslein
 Masterstudium Unternehmenskommunikation/Public Relations an
 der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
 Titel: „Kinderturnen – von klein auf mehr bewegen“

Jahrgangsbeste(r) Absolvent(in) der Prüfungen zum PRBerater/-Referent (PZOK)

Sarah Wulle wurde für die beste Gesamtleistung bei den PZOK-Prüfungen (PZOK Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft) ausgezeichnet und Astrid Hanl für die beste PR-Konzeption mit dem Titel „Entdecke Taiwan – ein PR-Konzept für den Taiwan-Tourismus mit dem Ziel der Bekanntmachung Taiwans als attraktives Fernreiseziel in der deutschen Bevölkerung“.

Der Internationale Deutsche PR-Preis 2011 wurde unterstützt durch: Clariant, Adidas Group, Ausschnitt Medienbeobachtung, Bayer, Bertelsmann, Continental, Deutsche Post DHL, ING-DiBa, Kommunikationsmanager, news aktuell, Metro Group, Prime Research und Skoda

Ansprechpartner:

Ulrich Nies, DPRG-Präsident, Tel.: 0173 – 6 92 37 07

Volker Sach, Geschäftsführer F.A.Z.-Institut, Tel.: 069 – 75 91 12 42

Diese Meldung finden Sie auch unter

www.dprg.de, www.pr-preis.de und www.faz-institut.de/pr-preis

Kontakt:

DPRG e. V. Bundesgeschäftsstelle
 Marienstraße 24, 10117 Berlin-Mitte

F.A.Z.-Institut
 Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0) 30 – 80 40 97 33

+49 (0) 69 – 75 91 12 94

Telefax +49 (0) 30 – 80 40 97 34

+49 (0) 69 – 75 91 11 79

E-Mail info@dprg.de

Web www.dprg.de

www.faz-institut.de