

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.ch/de/meldung/100704466/> abgerufen werden.

# Award Corporate Communications

Preisverleihung Award Corporate Communications® 2011: Ausgezeichnete Kommunikationsleistungen

23.09.2011 - 13:45 Uhr, Award Corporate Communications



Preisverleihung Award Corporate Communications® 2011:  
Ausgezeichnete Kommunikationsleistungen

Zürich/Solothurn (ots) - An der diesjährigen Preisverleihung des nationalen Award Corporate Communications® im Metropol Zürich hat die Jury zum 7. Mal die innovativsten Kampagnen mit einem «Communicator» ausgezeichnet. Zudem wurde erstmals auch ein Kategorienpreis, der Award Social Media, vergeben.

Nach intensiven Diskussionen und hitzigen Debatten standen Siegerkampagnen des Award Corporate Communications® am 22. September endlich fest. Von elf als «jurierbar» eingestuften Konzepten aus allen Ecken der Schweiz haben zwei die Jury besonders überzeugt: der Ausbildungsverbund «login Berufsbildung» in Olten für die Kampagne «Login macht Erfolgsstories möglich» und die Zürcher Agentur «Jung von Matt/Limmat Public Relations» für die Swissmem-Kampagne «Tecmania - steig ein in die Welt der Technik». Sie erhielten je eine der begehrten «Communicators»-Skulpturen des Tessiner Bildhauers Pedro Pedrazzini.

Junge Zielgruppe richtig angesprochen

Kernpunkt der Tecmania-Kampagne ist die neuentwickelte, zentrale Plattform für technische Berufe [www.tecmania.ch](http://www.tecmania.ch). «Bei dieser Kampagne sind die Vernetzung mit Social Media und die Ansprache der jungen Zielgruppe sehr gut umgesetzt worden», erläutert Jury-Mitglied Nadine Borter, Werberin des Jahres 2011. «Der grosszügige Umgang mit Bildern und interaktiven Elementen machen das Thema 'technische Berufe' erlebbar und regen zum Entdecken an.» Das zweite Siegerprojekt, «Login macht Erfolgsstories möglich», ist von der Aufgabenstellung her ähnlich. Login als Ausbildungsverbund in der Welt des Verkehrs ermöglicht Jugendlichen marktorientierte Berufslehren, Praktika und Weiterbildungen. «Die zielgruppengerechte und langfristig angelegte Umsetzung der Plattform "[www.login.org](http://www.login.org)" ist sowohl on- wie auch offline perfekt gelungen», lobte Jurymitglied Beat W. Werder, Head of Corporate Communications der PubliGroupe Lausanne.

Zwei weitere Anwärter für den Award-CC waren die Kampagne «100 ans Verrerie de St-Prex», eingereicht von Farner Lausanne, sowie «Brain Bus 2010», konzipiert von der Agentur Life Science Communication in Küsnacht.

Premiere für den Kategorienpreis Award Social Media

Nebst dem Award Corporate Communications® ist zum ersten Mal in der Schweiz auch ein Kategorienpreis für Social-Media-Kampagnen verliehen worden: Der Award Social Media (lanciert am 1. Februar 2011). Von Anfang April bis Ende Juli wurden 46 Kampagnen eingereicht; davon erfüllten 37 die Vorgaben der Jury. Nach einer intensiven Votingphase, an der via Facebook über 8'400 Personen teilnahmen, machte der Schnäppchen-Anbieter [www.DeinDeal.ch](http://www.DeinDeal.ch) » das Rennen. Der zweite und dritte Platz ging an die Kampagnen «[www.myswisschocolate.ch](http://www.myswisschocolate.ch) » und das Ostschweizer Kulturprojekt der J. S. Bach-Stiftung «Bach er lebt». Stefan Schär, CEO SocialMediaSchweiz, hielt die Laudatio: «Der Erfolg der Kampagnen beruht auf dem Engagement und der Authentizität der Kampagneninhaber und der engen emotionalen Bindung zu ihrer Community. Das hat sich während der ganzen Votingphase eindrücklich gezeigt.»

Referate: Vom Kundennutzen bis zur Eurokrise

Zwischen den Preisübergaben setzten spannende Referate abwechslungsreiche Akzente. Dr. Guido Keel, Dozent und Medienwissenschaftler am IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW Winterthur, diskutierte die Frage «Was für einen Nutzen hat Social Media in der Corporate Communications?». «Dass der Einsatz von Social Media in der Unternehmenskommunikation immer wichtiger wird, bestreitet kaum jemand», weiss Keel. «Aber nur wenn das Zielpublikum den Mehrwert einer Social-Media-Anwendung erkennt, entsteht auch für das Unternehmen selbst ein Nutzen.» Was diese Erkenntnis für die Praxis bedeutet, erläuterten die Co-Referenten Roman Probst, CEO Translation-Probst AG, und Beat Z'graggen, Geschäftsführer Worldsites.

Zur Preisverleihung des Award Corporate Communications® griff Hanning Kempe, CEO des Preissponsors Grayling Schweiz, mit dem Referat zum Thema «Kommunikation im Spannungsfeld der Eurokrise» die aktuelle Währungsthematik auf. Er warnte ausdrücklich davor, falsche Schlüsse zu ziehen: «Der verhältnismässig teure Franken verstärkt den Druck auf Dienstleistungen, die relativ einfach auch im Ausland eingekauft werden können wie zum Beispiel Design- oder Programmierleistungen. Dieser Trend ist nicht neu, er beschleunigt sich durch die Währungskrise lediglich. Für Kommunikationsdienstleister geht es also darum, noch stärker als bisher durch Marktexpertise zu punkten. Dann haben sie grosse Chancen, die momentane Marktsituation erfolgreich zu bewältigen.»

Die diesjährige Verleihungszeremonie durfte auf die Unterstützung zahlreicher Partner zählen - allen voran die beiden Preissponsoren Grayling Schweiz und news aktuell sowie die Expertengruppe SocialMediaSchweiz. Nach einem herzlichen Dank ans Publikum, alle Award-Bewerbenden, Juroren, Partner und den Award-CC-Initiant Roland Bieri, Inhaber der Agentur Bi-Com, feierten die Kommunikationsfachleute die Awards und Preisträger beim traditionellen Networking-Apéro.

Über den Award Corporate Communications®

Der Award Corporate Communications® steht für kreativ vernetzte Kommunikationsleistungen und wird jährlich verliehen. Ziel ist die Förderung der professionellen internen und externen Kommunikation in Unternehmen, Nonprofit-Organisationen und der öffentlichen Verwaltung. Ausgezeichnet werden Konzepte von Fachleuten, die auf kreative Art einem integrierten Ansatz folgen - und damit bei den angesprochenen Dialoggruppen eine nachhaltige Kommunikationswirkung erzielen. Teilnahmeberechtigt sind Konzeptteams oder Einzelpersonen aus Agenturen, Unternehmen sowie anderen Organisationen. Die Qualität der Kommunikationskonzepte und deren Umsetzungen werden von einer Fachjury beurteilt.

Über den Award Social Media

Zum ersten Mal wird 2011 als Kategorienpreis des Award Corporate Communications® ein Konzept mit Schwerpunkt Social Media ausgezeichnet. Damit soll der zunehmenden Bedeutung von Social Media als Teil der Corporate Communications Rechnung getragen werden. Für den Kategorienpreis «Award Social Media» können Kampagnen eingereicht werden, die crossmedial aufgebaut sind und mindestens drei unterschiedliche Medien beinhalten.

Kontakt:

Award Corporate Communications  
Veranstalter: Aw-CC, Roland Bieri  
Kronengasse 15  
CH-4501 Solothurn  
E-Mail: [mail@award-cc.com](mailto:mail@award-cc.com)  
Tel.: +41/32/621'89'60

Originaltext: Award Corporate Communications  
Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100008000/>  
Pressemappe via RSS: [http://www.presseportal.de/rss/pm\\_100008000.rss2](http://www.presseportal.de/rss/pm_100008000.rss2)