

SHORT



© Vikom/Markus Prall

Marita Roloff, Präsidentin des Verbands Vikom, kürte die AMS-Kampagne „AMS. Vielseitig wie das Leben.“ der Agenturzusammenarbeit von Unique und Grayling mit dem ComEx Award 2014. Dieser zeichnet kreativ vernetzte Kommunikationsleistungen aus. *Seite 12*

Gemeinschaft Verband für Integrierte Kommunikation zeichnet kreativ vernetzte Kommunikationsleistungen aus

Preis für AMS-Kampagne

Alle Konzepte müssen sinnvoll in die Gesamtkommunikation einer Organisation integriert sein.

VIKTORIA JAKOPOVIC

Wien. Die Kampagne „AMS. Vielseitig wie das Leben.“ der Agenturgemeinschaft Unique und Grayling im Auftrag des Arbeitsmarktservice (AMS) ist mit dem „ComEx Award 2014“ prämiert worden. Verliehen wird der Preis vom Verband für Integrierte Kommunikation (Vikom), welcher kreativ vernetzte Kommunikationsleistungen auszeichnet.

Zu Beginn des Jahres 2014 wurden die Werbeagentur Unique und die PR-Agentur Grayling mit der Konzeption und Umsetzung der integrierten Dachkampagne des AMS beauftragt.

Im Mittelpunkt der Kampagne „AMS. Vielseitig wie das Leben.“ stehen die große Bandbreite an Dienstleistungen und das vielseitige Engagement des AMS für seine Kunden. Es werden die vielen Seiten des Lebens gezeigt, in de-

nen das AMS Unterstützung bieten kann. So werden beispielsweise Menschen auf Jobsuche, Beschäftigte und Veränderungswillige aller Altersgruppen unterstützt.

Die Kommunikationsaktivitäten umfassen klassische Werbung, Medienkooperationen, Interne Kommunikation, Marketing, Events sowie Corporate Publishing.

Anforderungen an Konzepte

Der Communication Excellence Award wird jährlich vom Verband für Integrierte Kommunikation in Zusammenarbeit mit Marcus Stumpf, Professor an der FH Salzburg, und dem Salzburger Marketing-Institut (SMI) vergeben. Alle eingereichten Konzepte müssen verschiedene Zielgruppen ansprechen und sinnvoll in die Gesamtkommunikation einer Organisation integriert sein.



© Vikom/Markus Prall

Marita Roloff (Vikom), Sigrid Krupica (Grayling), Robert Neugebauer (AMS), Michaela Desch (Grayling), Thomas Appl (Unique), Marcus Stumpf (Marketing-Institut Sbg).