



Integrierte Top-Kommunikation: VIKOM und SMI vergeben „Communication Excellence Award“

Vier Preisträger gekürt / Hervorragendes Niveau der eingereichten Kommunikationskonzepte

Integrierte Kommunikation hilft Unternehmen wie Organisationen jeder Größenordnung, nachhaltige Kommunikationswirkung zu erzielen. Dementsprechend vergab der VIKOM (Verband für integrierte Kommunikation) in Zusammenarbeit mit dem Salzburger Marketing Institut (SMI) zum zweiten Mal den „Communication Excellence Award“ in mehreren Kategorien. Die Gewinner sind die Bluforce MarKom GmbH für Lidl Österreich, die ARGE UNIQUE Werbe GesmbH / Grayling Austria GmbH für das AMS, das Bundesministerium für Finanzen und die Helvetia Versicherungen AG.

Die Prämierung erfolgte im Rahmen des VIKOM Performance Day am 16. Oktober 2014 im Haus der Industrie in Wien.

„Die Einreichungen zum ComEx Award haben uns gezeigt, dass integrierte Kommunikation nicht nur ein Thema für Großunternehmen ist, sondern insbesondere auch für Non-Profit-Organisationen. Wir haben Beispiele gesehen, die mit gut abgestimmter und kreativer integrierter Kommunikation eine starke kommunikative Wirkung erzeugt haben“, betonte SMI-Direktor Prof. (FH) Dr. Marcus Stumpf.

Die Preisträger bestätigen dies eindrucksvoll:

- **Projekt: „Integrierte Kommunikation im Handel. Marken-Neupositionierung Lidl Österreich 2012-2014“** von Bluforce MarKom GmbH (*Kategorie Großunternehmen*)

Lidl Österreich ist es in den letzten zweieinhalb Jahren auf beeindruckende Art und Weise gelungen, die konsequente Neuausrichtung der Marke über alle relevanten Kommunikationskanäle hinweg umzusetzen. Die in einem mehrstufigen Strategieprozess erarbeiteten Markenwerte wurden dabei mit Nachdruck in allen Unternehmensbereichen implementiert. So entstand nicht nur ein unternehmensweites Markenverständnis, sondern vielmehr ein authentisches, glaubwürdiges und konsistentes Markenbild in den Köpfen sämtlicher Kommunikationszielgruppen.

- **Projekt: „AMS. Vielseitig wie das Leben“** von ARGE UNIQUE Werbe GesmbH / Grayling Austria GmbH (*Kategorie Non-Profit-Organisationen und öffentliche Verwaltung*)

Die neue integrierte Kommunikationskampagne des AMS stellt das AMS und seine Vielfalt an Dienstleistungen, Aufgaben, Herausforderungen und Kompetenzen in den Mittelpunkt. Unter dem Claim „AMS. Vielseitig wie das Leben“ werden die vielen Seiten des Lebens und die Vielfalt an Situationen gezeigt, in denen das AMS die passende Unterstützung bieten kann – für Beschäftigte, Menschen auf Jobsuche oder in Ausbildung, für Veränderungswillige und Unternehmen. Kernstück der Kampagne sind authentische Geschichten von Jobsuchenden, Personalverantwortlichen und AMS-Mitarbeitenden, mit denen man sich identifizieren kann.



Das AMS positioniert sich dabei als modernes Dienstleistungsunternehmen – bei den Kunden, aber auch AMS-intern.

- **Projekt: „Strategisches Kommunikationsmanagement“** des Bundesministeriums für Finanzen (Sonderpreis)

Das durch das Bundesministerium für Finanzen entwickelte Tool in Form eines Analysecockpits ist sinn- und wertvoll für eine Integrierte Kommunikation. Zielsetzung des Tools ist es auf der einen Seite, das Massengeschäft Mail im Bereich des Kundenservice zu unterstützen. Mit unterschiedlichen Funktionalitäten können u.a. automatisch relevante Antworten vorgeschlagen werden und eine einheitliche, d.h. integrierte Beantwortung von Anfragen im Sinne eines Corporate Wording gewährleistet werden. Auf der anderen Seite ermöglicht die IT-Anwendung mittels Einsatz semantischer Technologien erstmalig ein Issue-Management, um frühzeitig und automatisch Themen und Trends zu erkennen, diese zu Visualisieren und in Form von Themenlandschaften darzustellen. In der Analyse lassen sich interne und externe Auslöser sowie Kausalketten erkennen. Diese neue Art eines Kommunikations-Controllings hilft pro aktiv zu agieren, um nicht im Fall einer Krise reagieren zu müssen.

- **Projekt: „100 Jahre Ankeruhr“** der Helvetia Versicherungen AG (*Sonderpreis*)

Die Ankeruhr am Hohen Markt in Wien wurde im Juni diesen Jahres 100 Jahre alt und ist einzigartig. Die Beliebtheit und Faszination, die von dieser Uhr ausgeht – hat ein Projektteam der Helvetia Versicherung inspiriert, nicht in Abteilungen und Disziplinen zu denken, sondern unternehmensübergreifend. Die Kampagne konzentriert sich auf ein einmaliges Invent – eben das 100jährige Jubiläum der Ankeruhr. Die Einbindung interner und externer Zielgruppen ist hervorragend gelungen. Insbesondere die Besichtigungsmöglichkeit der Ankeruhr aus nächster Nähe hat Einmaligkeits-Charakter, ebenso die Selfies-Aktion und Patenschaften. Ein rundes, sehr systematisch und gut ausgearbeitete Konzept mit einem durchaus nicht üppigen Budget.

Alle Konzepte mussten mindestens drei Kommunikationsdisziplinen vernetzen, verschiedene Kommunikationszielgruppen ansprechen sowie sinnvoll in die Gesamtkommunikation eines Unternehmens integriert sein. Die Jury beurteilte die Einreichungen nach Aufbau, Stimmigkeit, Integrations- und Innovationsgrad, Gestaltung, Wirkung und einer Gesamtbewertung der Kommunikationsleistung vor dem Hintergrund der jeweiligen Rahmenbedingungen. Neben VIKOM-Präsidentin Dr. Marita Roloff und SMI-Direktor Prof. (FH) Dr. Marcus Stumpf wirkten auch Dr. Doris Ladewig (SBERBANK Europe AG), Prof. (FH) Dr. Michael Boenigk, Leiter des Competence Centers Unternehmenskommunikation an der Hochschule Luzern, und Mag. Dr. Michael Roither, Leiter des Zentrums für Journalismus und Kommunikationsmanagement an der Donau-Universität Krems, in der Jury mit.

„Angesichts der täglichen Informationsflut und des zunehmenden Kommunikationsdruckes am Markt ist die akkordierte Vermittlung eines konsistenten und damit glaubwürdigen Bildes in der Öffentlichkeit ein maßgeblicher Wettbewerbsfaktor geworden. Es ist beeindruckend zu sehen, wie kreativ Unternehmen und Institutionen an diese Aufgabe der Integrierten Kommunikation herangehen“, freute sich VIKOM-Präsidentin Dr. Marita Roloff bei der Preisübergabe. Eine Neuausschreibung des Communication Excellence Awards ist im kommenden Jahr geplant.



SMI
Salzburger Marketing-Institut
und Consulting
Prof. Stumpf und Partner

VERBAND FÜR **VIKOM**
INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

Der VIKOM: Aus der Praxis für die Praxis

Der VIKOM, Verband für integrierte Kommunikation, setzt sich maßgeblich für die Professionalisierung des strategischen Kommunikationsmanagements in Österreich ein. Seine mehr als 200 Mitglieder repräsentieren die bedeutendsten österreichischen Unternehmen und Institutionen mit mehr als 250.000 Beschäftigten und einem Umsatzvolumen von rund 100 Milliarden Euro.

Themenwahl und Leistungsangebot des VIKOM richten sich klar an der beruflichen Realität der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren in Unternehmen und Institutionen aus. Die laufende Professionalisierung in allen Kommunikationsbelangen steht dabei im Vordergrund.

www.vikom.at

Wir danken unseren Partnern des ComEx-Awards für die Unterstützung:

Industriellenvereinigung, Casinos Austria, Österreichische Lotterien, A1 Telekom Austria AG, Donau Universität Krems, DIE PRESSE.

Rückfragen:

Prof. Dr. Marcus Stumpf

info@salzburger-marketing-institut.at

Dr. Marita Roloff

Tel.: +43 (0)1 71135-2413

marita.roloff@allianz.at

