

PRESSE-INFORMATION

COMPRIX 2018: Die Juroren haben gesprochen

Finalisten stehen fest +++ Shortlist 2018 jetzt online +++ Gold Awards-Finale am 25. Mai in Köln

Köln, 21. März 2018. „Alea iacta est“ beim COMPRIX 2018, der härtesten Währung für kreative Healthcare-Kommunikation. Die 68 Juroren des diesjährigen Kreativ-Wettbewerbs haben ihre Entscheidungen in vier Jurys und einem mehrstufigen Auswahl- und Bewertungsverfahren getroffen. Das Ergebnis: 185 der eingereichten Arbeiten in den Kategorien „RX-Produkte“, „OTC-Produkte“, „Non Rx, Non OTC“, „Digitale Medien“, „Dental-/Oral-Care“, „Freie Kategorie“ und „Guerilla-Marketing“ haben die Juroren überzeugt und wurden mit einem Platz auf der Shortlist der COMPRIX-Finalisten belohnt. Sie sind damit den begehrten COMPRIX Gold Awards einen großen Schritt näher gekommen. Die komplette Shortlist mit den Finalisten gibt es ab sofort auf der Webseite des COMPRIX unter www.comprix.de. Mit 312 Einreichungen in 2018 hat der COMPRIX zum dritten Mal in Folge eine Bestmarke erzielt. Und auch der Anteil der neuen Einreicher, die sich noch nie zuvor an einem COMPRIX beteiligt haben, liegt mit einem Drittel wieder auf einem erfreulich hohen Niveau.

„In der Rx-Sparte haben wir 2018 wieder über 100 Einreichungen und das, obwohl wir einige Kategorien herausgenommen haben – das ist schon mal ziemlich gut. Die Jurierungen fand ich ausgesprochen klasse. Die Award-Preisträger wurden in jeder Kategorie mit großem Abstand als Beste bewertet – sie sind also wirklich ausgezeichnet. Es gibt in allen Kategorien sehr gute Kreationen und zudem viele richtig gute Arbeiten – außer bei den crossmedialen Filmen, von denen ich mir mehr erwartet hatte. Das Klima unter den Juroren war supergut“, betonte der Präsident der Jury „RX-Produkte“, Winfried Krenz (Schmittgall Health).

„Dieses Jahr haben wir bei den OTC-Einreichungen schon wieder ein sehr gutes Ergebnis und wir sind sehr zufrieden, dass das Niveau weiterhin so hoch ist. Unsere Jury ist sehr erfahren und hat äußerst kompetent die Spreu vom Weizen getrennt. Wir hätten uns für 2018 noch etwas mehr Weizen vorstellen können. Das hat die Jury-Arbeit spannend gemacht. Ich bin zuversichtlich, dass wir das Beste und einige Highlights herausgefiltert haben. Besonders interessant ist 2018 die Zunahme der Einreichungen im Bereich Bewegtbild. Wie sehen zunehmend mehr Case-Filme, deren Qualität deutlich gestiegen ist. Unsere Jury hatte einen guten Mix aus Frauen und Männern sowie jungen und erfahrenen Juroren aus Industrie und Werbeagenturen,“ sagte der Präsident der Jury „OTC-Produkte + Non RX, Non OTC“, Mike Rogers (Serviceplan Health & Life).



COMPRIX

PREIS FÜR KREATIVE HEALTHCARE-KOMMUNIKATION

Seite 2 / ...

„Für die Digitalen Medien war 2018 ein guter Jahrgang. Der Reifegrad der digitalen Einreichungen hat im Schnitt deutlich zugenommen. Wir haben hohe Qualität gesehen und einige Highlights, aber leider hatten wir nicht viele echte WOW-Erlebnisse. Sehr gefreut haben wir uns über die bisher höchste Zahl an Einreichungen in unserer Kategorie. Ich kann feststellen: Das digitale Marketing ist heute in Healthcare angekommen und etabliert“, resümierte der Präsident der Jury „Digitale Medien“, Markus Hanauer (Spirit Link).

„Gute Einreichungen, spannende Diskussionen und würdige Sieger – das ist das Fazit aus der Dental-Jury. Wir können sagen, dass wir jetzt nach drei Jahren, in denen wir die dentale Welt mehr fokussieren, mittlerweile immer hochwertigere Arbeiten erhalten. Wir können stolz darauf sein, das wir diese präsentiert und auch würdige Sieger generiert haben“, stellte der Präsident der Jury „Dental“, Norbert Froitzheim (Deutscher Ärzteverlag), fest.

Wer die begehrten Gold Awards des COMPRIX 2018 für die Agentur und für die Firma entgegennehmen kann, wird am 25. Mai bei der COMPRIX-Gala „Lichtgestalten“ im Kölner Tanzbrunnen bekannt gegeben. Die Präsentation und Prämierung der besten Kampagnen der Healthcare-Branche, die in diesem Jahr mit ihrer herausragenden Kreativität glänzen, und eine abwechslungsreiche Bühnenshow stehen auf dem Programm des einzigartigen Branchenabends, der mit der Aftershowparty „Light Fever“ abgerundet wird.

Der 2. COMPRIX CAMPUS 2018

Wer jetzt auf www.comprix-campus.de sein Ticket für den 2. COMPRIX CAMPUS. The Creative Destruction of Healthcare zum Thema „Umdenken oder Abdanken“ am 25. Mai im Kölner Marriott Hotel bucht, hat damit auch schon seine Eintrittskarte für die ausführliche Präsentation der Shortlist-Ausstellung und die COMPRIX-Abendveranstaltung im Kölner Tanzbrunnen in der Tasche.

Über den COMPRIX

Mit dem COMPRIX, dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2018 zum 26. Mal vergeben wird, werden Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater im gesamten deutschsprachigen Raum prämiert. Ausgezeichnet werden ihre besten und kreativsten Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und anderen Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Healthcare.

Der Preis für kreative Healthcare-Kommunikation wird ausgerichtet vom COMPRIX-Beirat, zu dem die Verlage Deutscher Ärzteverlag und Springer Medizin, die Agenturen Brand Health, movendi, Peix Healthcare Communication, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall Health, Serviceplan Health & Life, Spirit Link und Sudler & Hennessey sowie das Unternehmen Berlin-Chemie gehören.

* * *

Kontakt: Vera Richter, COMPRIX Geschäftsstelle, Dieselstraße 2, 50859 Köln
Telefon: 04621-39299-00 / Fax: -01, Email: richter@comprix.de

Redaktion: VITALIS PR, Frankfurt am Main