



Kreative Healthcare-Kommunikation

Presse-Information

COMPRIX 2019: Shortlist jetzt online

++ 4 Jurys haben entschieden ++ 186 Aspiranten für COMPRIX Gold Awards 2019 ++

Köln, 28. März 2019. Der COMPRIX hat 2019 mit 186 Anwärtern auf die Gold Awards wieder einmal ein exzellentes Ergebnis erzielt. Die Zahl der eingereichten Arbeiten von Agenturen, Auftraggebern und Unternehmen ging zwar gegenüber dem Vorjahr im einstelligen Prozentbereich leicht zurück. Dafür lag aber die Qualität der kreativen Arbeiten und Kampagnen - auch im Mittel - auf einem erfreulich hohen Niveau. Dem in diesem Jahr unterrepräsentierten Digitalbereich und leichten Rückgängen bei OTC und NON RX, NON OTC stehen 2019 erhebliche Zuwächse in anderen Bereichen gegenüber: die FREIE KATEGORIE verzeichnet ein Plus von 47 Prozent und DENTAL ein Plus von 143 Prozent. Auch RX konnte seine sowieso schon hohe Einreichungszahl um 32 Prozent steigern und erstmals seit 10 Jahren wieder die Marke von 100 Einreichungen übertreffen.

Aus der Langzeitbetrachtung wie auch aus den aktuellen Zahlen lässt sich der Trend ablesen, dass es keinen eindeutigen Trend gibt. Denn starke Kategorien des einen Jahres werden im nächsten von anderen, zuvor weniger starken Kategorien abgelöst und im Folgejahr zeigt sich wieder ein ganz anderes Bild - je nachdem, wie sich der Healthcare-Markt entwickelt. Das Engagement der 80 Jurymitglieder wie auch die Beteiligung bei den Einreichungen zeigen aber deutlich, dass das Interesse der Branche am COMPRIX - dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation im deutschsprachigen Raum - auch im 27. Jahr ungebrochen groß ist.

Das 2019er Ergebnis kann sich sehen lassen: die diesjährige Shortlist verzeichnet 186 COMPRIX-Finalisten in praktisch allen Kategorien, die die Jurys überzeugen und sich ihren Platz auf der Liste der Award-Anwärter sichern konnten. Sie sind damit den begehrten COMPRIX Gold Awards den entscheidenden Schritt näher gekommen. Beim COMPRIX Abend am 24. Mai in Berlin werden alle von den Jurys jetzt ausgewählten Preisträger mit ihren begehrten COMPRIX Gold Awards 2019 ausgezeichnet. Auf der Webseite gibt's jetzt die Shortlist mit allen Finalisten des COMPRIX 2019: www.comprix.com/award/finalisten.

Markus Hanauer (Spirit Link), **Jurypräsident DIGITALE MEDIEN**, resümiert: „Mit dem Verlauf der Jurysitzung bin ich sehr zufrieden, wir haben konzentriert und sehr produktiv gearbeitet. Obwohl das Digitale im Healthcare-Marketing an Bedeutung zunimmt, hatten wir deutlich weniger Einreichungen als in den Jahren zuvor. Wir haben noch kein klares Bild warum, aber wir wissen, dass Kunden sensibler geworden sind, Arbeiten wegen ihrer strategischen Relevanz bei Awards einzureichen. Dennoch war selbst die durchschnittliche Qualität der Einreichungen schon sehr hoch.“



RX-Jurypräsident Winfried Krenz (Schmittgall HEALTH) zieht eine durchweg positive Bilanz: „Ich kann in mehrfacher Hinsicht nur Positives anmerken. Mit 27 hoch kompetenten Juroren hatten wir die größte RX-COMPRIX-Jury aller Zeiten mit einer ausgewogenen Mischung aus Agenturen, Verlagen und auch aus der Industrie. Mir scheint übrigens, dass das Interesse der Industrie am COMPRIX mit seiner Idee, die Kreativität der Healthcare-Kommunikation auszuzeichnen, steigt. Ebenso steigt die Qualität der eingereichten Arbeiten. Im Vergleich zu den Vorjahren war es bei diesem Jahrgang viel schwerer, die wahren Highlights heraus zu picken. Es gab viele, die einen Award verdient hätten und es gab eine Menge enger Entscheidungen nach intensiven Diskussionen. Welche Arbeiten am Ende hinter den vergebenen Punkten stecken, wer also die Awards bekommt, wird erst in Berlin aufgedeckt. Dort werden übrigens auch alle Arbeiten der Shortlist ausgestellt und man kann sich selbst ein Bild machen. Und noch eine Anmerkung: In diesem Jahr wurden unglaubliche 26 neue Kampagnen bei RX eingereicht. Ich finde das großartig und hoffe sehr, dass sich dieser Trend bei der Qualität und auch bei der Zahl der eingereichten Arbeiten in den nächsten Jahren fortsetzen wird.“

DENTAL-Jurypräsident Thomas Schmidt-Bieber (Schmidt-Bieber Communication) stellt fest: „Der Bereich Dental wird offensichtlich immer interessanter für den COMPRIX. Wir haben deutlich mehr Einreichungen als in den Vorjahren erhalten. Allerdings sind im Bereich „Patienten/Verbraucher“ (E2) nur wenige Einreichungen gekommen, obwohl ja dort sehr viel gemacht wird. Vielleicht haben immer noch nicht alle Agenturen, die in diesem Sektor unterwegs sind, verstanden, dass es nun für sie einen Extrabereich beim COMPRIX gibt. Die Qualität der eingereichten Arbeiten war bereits in den Vorjahren schon gut, und auch dieses Jahr gab es wieder einige „Ausreißer“ nach oben, die das Prädikat „sehr gut“ zu Recht verdienen, und daher auch prämiert wurden. Dennoch: Der Bereich Dental ist noch nicht ausgereizt. Wir wollen auch im nächsten Jahr sowohl bei der Zahl der Einreichungen als auch im Bereich Qualität eine deutliche Steigerung nach oben sehen.“

„Ein starker Auftritt der Healthcare-Branche mit starken Kampagnen und exzellentem Handwerk“ resümiert **Mike Rogers** (Serviceplan Health & Life), **Jurypräsident OTC + NON RX, NON OTC**: Obwohl die Einsenderzahl insgesamt mit dem Vorjahr vergleichbar war, hatten wir bei OTC einen leichten Einbruch, sowohl bei der Anzahl als auch in der Kreativität. Erfreulicherweise war das bei NON RX, NON OTC anders. Hier waren alle Kategorien gut vertreten – mit teils exzellenten Arbeiten. Der Gesamteindruck war wirklich stark, so dass ich schon das Gefühl habe: Die Branche gibt wirklich Gas. Bei der Jurysitzung gab es einen gesunden Austausch und sehr konstruktive Diskussionen. Die Jury war in diesem Jahr erfreulicherweise sehr heterogen und mit vielen neuen Gesichtern besetzt. Bei der Mischung aus Agenturen, Verlagen und Industrie kommen oft sehr unterschiedliche Interpretation von dem, was unter Kreativität verstanden wird, zutage. Besonders die vielen jungen Jurymitglieder sorgen für spannende Gespräche. Und wie immer stiegen die Emotionen am Ende, als wir die Awards vergaben – es ist eben ein Moment ganz besonderer Spannung, wenn sich entscheidet, welche Arbeit wirklich Gold verdient hat.“



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 3 / ...

Der COMPRIX CAMPUS 2019: Think Tank für die tägliche Arbeit

Der 3. COMPRIX CAMPUS 2019 präsentiert „**Praktische Marketing-Impulse für die Healthcare-Kommunikation von Morgen**“. Bei dieser Top-Fortbildung stehen führende Experten für Kommunikation, Marketing, Kreativität und Digital für Themen wie: *Zukunftsmedizin, Ohne Neugierde keine Innovation, Healthcare Influencer, Generationskonflikt im Marketing, Digitaler oder analoger Außendienst* etc. Wertvolle Insights und Inspiration für die tägliche Arbeit sind garantiert! Moderatorin Jule Gölsdorf führt durch die Veranstaltung.

Anschließend geht es dann zum COMPRIX Abend ins Tipi am Kanzleramt, bei dem die begehrten COMPRIX Gold Awards 2019 für die besten und kreativsten Healthcare-Kampagnen verliehen werden.

Wer jetzt auf www.comprix-campus.de sein Ticket für den 3. COMPRIX CAMPUS am 24. Mai im Berliner Ellington Hotel bucht, hat damit auch schon seine Eintrittskarte für die ausführliche Präsentation der Shortlist-Ausstellung und die COMPRIX-Abendveranstaltung im Tipi am Kanzleramt in der Tasche.

Über den COMPRIX

Mit dem COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2019 zum 27. 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, dem die Verlage Deutscher Ärzteverlag und Springer Medizin, die Agenturen BRAND HEALTH, movendi, PEIX Healthcare Communication, PINK CARROTS Communications, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall HEALTH, Serviceplan Health & Life, Spirit Link und Sudler & Hennessey sowie das Unternehmen Berlin-Chemie angehören.

* * *

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