



Kreative Healthcare-Kommunikation

Presse-Information

COMPRIX Showtime 2019

41 COMPRIX Gold Awards für 21 Agenturen vergeben

Köln, 28. Mai 2019. „It’s Showtime!“ Mit diesem Lockruf lagen die Macher des COMPRIX 2019 goldrichtig. Denn bereits nach wenigen Tagen waren die weit über 500 Tickets für die Show der Superlative ausverkauft. Keiner wollte den Abend verpassen, an dem die „Stars of 2019“ der kreativen Healthcare-Kommunikation präsentiert und die begehrten Gold Awards für die Besten der Besten in Berlin vergeben wurden. Und am 24. Mai kamen sie dann alle ins Tipi am Kanzleramt: Werber, Kreative und Marketing-Profis von Agenturen, Unternehmen und Verlagen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Viele der Gäste waren tagsüber schon beim sehr gut besuchten 3. COMPRIX CAMPUS, der in diesem Jahr „Praktische Marketing-Impulse für die Healthcare-Kommunikation von Morgen“ setzte. Bei dieser Top-Fortbildung im Ellington Hotel Berlin referierten und diskutierten führende Experten für Kommunikation, Marketing, Kreativität und Digital. Wertvolle Insights und Inspirationen für die tägliche Arbeit waren garantiert! Und danach ging’s dann direkt weiter zum Abendevent, der Verleihung der COMPRIX Gold Awards.

Im Tipi gab es an diesem Abend rauschenden Applaus für 21 Agenturen, die mit 41 COMPRIX Gold Awards richtig abgeräumt haben. An erster Stelle Schmittgall HEALTH, die Stuttgarter gewannen insgesamt neun Gold Awards. PEIX Healthcare Communication konnte vier Gold Awards erringen. Je drei Gold Awards gingen an antwerpes und Serviceplan Health & Life / Serviceplan Gruppe. Buddybrand, CAKE Health, DDB Health, MENSCH Kreativagentur und WHITECROSS Kreativagentur für Medical Marketing erhielten jeweils zwei Gold Awards.

Und mit je einem Gold Award wurden geehrt: BOOSTing Communication Agentur für Gesundheitskommunikation, BRAND HEALTH, DENKEN HILFT! Agentur für durchdachte Kommunikation, Eigler Communication, Grey Düsseldorf, Hochhaus Agentur, Markenfilm, MCG Medical Consulting Group, Pixelpakete, sumner groh + compagnie Kommunikationsgesellschaft, von Mende Marketing und WEFRA Werbeagentur Frankfurt.

In der Ewigen Bestenliste des COMPRIX führt weiterhin Schmittgall HEALTH mit inzwischen 80 Gold Awards, gefolgt von Serviceplan Health & Life mit 51 Awards auf dem zweiten und Ogilvy Healthworld mit 42 Awards auf dem dritten Platz. PEIX Healthcare Communication hat 2019 eine Position gutgemacht und ist jetzt mit 39 Awards Viertplatzierte vor Sudler & Hennessey, die mit 37 Awards Platz 5 belegen.



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 2 / ...

Mit 185 Finalisten erzielte der COMPRIX 2019 wieder ein exzellentes Ergebnis. Die Zahl der eingereichten Arbeiten ging gegenüber dem Vorjahr zwar leicht zurück, dafür lag die Qualität der kreativen Arbeiten und Kampagnen – auch im Mittel – aber auf erfreulich hohem Niveau. Aus den aktuellen Zahlen wie auch aus der Langzeitbetrachtung lässt sich kein eindeutiger Trend ablesen. Starke Kategorien des einen Jahres werden im nächsten von anderen, zuvor weniger starken abgelöst, und im Folgejahr zeigt sich wieder ein ganz anderes Bild – je nachdem, wie sich der Healthcare-Markt entwickelt.

„Die große Zahl der teilnehmenden Agenturen, die hohe kreative Qualität der Einreichungen und die deutliche Steigerung bei der Zahl der vergebenen Gold Awards zeigen uns sehr 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. Der jährliche Branchentreff wird als Ort kollegialer und unterhaltsamer Begegnungen immer beliebter und gewinnt auch als Campus des fachlichen Erfahrungsaustauschs zunehmend an Bedeutung“, sagte Lothar Kuntz vom ausrichtenden Verlag Springer Medizin.

„It’s showtime“, verkündete Wolfram Kons, wortgewandter Showmaster und Moderator, der bestens gelaunt durch den Abend führte und zur Begeisterung aller bei der Vorstellung der Finalisten und dem Auftritt der Preisträger und ihrer Kampagnen alle Register seines unterhaltsamen Könnens zog – nicht zuletzt auch bei der Präsentation der Künstler. Entertainment-Experte Thomas Bruchhäuser und sein Team von movendi hatten für diesen Abend ein außergewöhnliches Bühnenprogramm mit Show Acts von internationalem Format kreiert, das vom Publikum begeistert aufgenommen wurde.

Den Anfang machte *Welcome to the Cotton Club* – eleganter, klassischer Stepdance mit *Marcel Peneux* aus den USA, der beeindruckend leichtfüßig über die Bühne wirbelte. Die Russin *Yulia Rasshivkina*, eine Meisterin im HoolaHoop, hob die Gesetze der Schwerkraft bei ihrem Programm *Rings of fire* auf und wurde selbst mit 55 Reifen in einem rasanten Spiel bei schnellen Umdrehungen lächelnd fertig. Der Kommunikationswissenschaftler, Künstler und Kampfkunstmeister *Marc Gassert* hatte bereits am Nachmittag beim COMPRIX CAMPUS beeindruckt – als Keynote Speaker zum Thema „Nicht das Anfangen wird belohnt, sondern das Durchhalten“. Am Abend, auf der COMPRIX-Bühne war seine Show *Spiel des Lebens* ein Highlight, bei dem er Philosophisch-Stimmungsvolles mit wahrhaft verblüffenden magischen Effekten verband – it was just magic.

Schließlich hieß es *Ready for lift off*. Der Energiemix aus klassischen Geigen und modernen Rhythmen der heutigen Zeit des ukrainischen *Asturia Quartet* tauchte die Zuhörer in ein Wellenbad voller Emotionen. Bei der Aftershow-Party *Let’s dance* wurde zum Abschluss noch eine mitreißende und energiegeladene Kombination aus Clubsound und Live-Show geboten. Die Bühnenperformance von DJ Eric Know, Saxophonist Rool, Percussionist Philip Kullen und Sängerin KAT begeisterte und brachte generationsübergreifend alle Altersgruppen zum Tanzen. Weit nach Mitternacht hieß es dann einhellig: Der COMPRIX 2019 „war ´ne coole Show – and the show must go on.“

... / Seite 3



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 3 / ...

Über den COMPRIX

Mit dem COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2019 zum 27. Mal vergeben wurde – 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