



Kreative Healthcare-Kommunikation

## Presse-Information

# COMPRIX 2021: „SEHR VITAL“

**+++ JURYS HABEN MIT PRÄSENZ UND DIGITAL GETAGT +++ DEUTLICHES TEILNEHMER-PLUS ZU VERZEICHNEN +++ TROTZ CORONA WIEDER EINE REKORDBETEILIGUNG +++ SHORTLIST AB HEUTE ONLINE +++ AWARDS WERDEN IM SEPTEMBER VERGEBEN +++**

*Köln, 25. Juni 2021.* Die drei Juries des 2021er COMPRIX haben gesprochen, und 216 Finalisten können sich ab sofort Hoffnungen auf einen der begehrten COMPRIX Gold Awards machen, die am 10. September beim 2. COMPRIX MEDIAL vergeben werden. Der wichtigste Healthcare-Kreativwettbewerb im deutschsprachigen Raum kann mit 335 Einreichungen trotz Corona wieder eine Rekordbeteiligung verzeichnen. Zudem gibt es bei der Zahl der Einreichenden aus Agenturen, Unternehmen und Organisationen ein deutliches Plus gegenüber den Vorjahren. Drei Juries mit insgesamt 70 Juroren (!) aus Unternehmen, Medien und Agenturen haben in diesem Jahr die Einreichungen begutachtet und prämiert. Die Shortlist der Anwärter auf die 2021er COMPRIX Gold Awards gibt es ab heute online auf [www.comprix.de](http://www.comprix.de).

Der Präsident der OTC-Jury, **Mike Rogers** (Serviceplan Health & Life) resümiert die 2021er Jurysitzungen so: „2020 war schon ein Rekordjahr für den COMPRIX. Und 2021 haben wir ein weiteres bombastisches Jahr mit so vielen Einreichern wie noch nie. Die Bewerbungen bei Rx sind leicht rückläufig, liegen aber immer noch im Bereich des Mittels über 10 Jahre. OTC ist erwartungsgemäß stark zurückgegangen, um etwa ein Viertel. Das ist vermutlich auch ein Corona-Effekt, denn durch mehr Hygiene, Abstand und Mundschutz war der Bedarf an Kommunikation für Erkältungsprodukte deutlich geringer. Dafür haben die Kategorien Non-RX und Non-OTC inklusive Patienteninformationen und Medizinprodukte mit den meisten Einreichungen zum zweiten Mal in Folge echt geboomt. Und Digital hat mit vielen tollen Arbeiten und damit auch mit viel Konkurrenz um rund 30 Prozent zugelegt, das ist phantastisch. Ich sehe insgesamt für den COMPRIX eine positive steigende Tendenz.“

Der Präsident der RX-Jury, **Winfried Krenz** (Schmittgall Health), stellt fest: „Wir sind 2021 insgesamt viel digitaler geworden. Nicht nur, dass die Digital-Jury wieder digital getagt hat, auch das ganze Bewerbungs- und Einreichungs-Verfahren ist jetzt erstmals vollständig digitalisiert. Das hat sehr gut geklappt, und wir haben nur positive Feedbacks bekommen. Wir werden den digitalen Weg beibehalten und dort, wo es sinnvoll ist, weiter ausbauen. Allerdings haben einige diese Option auch genutzt, um Ihre Kreation mit Kommentaren teils sehr ausführlich zu erläutern. Meines Erachtens müssen und dürfen kreative Arbeiten nicht erklärt werden, um sie verstehen zu können. Wenn sie nicht selbsterklärend sind und sie nicht aus



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 2 / ...

sich selbst sprechen und überzeugen, dann sind sie nicht kreativ. Aber genau darum geht's ja beim COMPRIX. „Corona“ war dieses Jahr im RX-Bereich inhaltlich eher kein Thema für kreative Arbeiten, wohl aber war es und wird es auch künftig ein wichtiger Aspekt für das kreative Arbeiten selbst sein. Denn wir sehen aktuell zwar viele gute Arbeiten aber auch weniger kreative Highlights, und das liegt nach meiner Ansicht mit daran, dass kreative Prozesse vom direkten Miteinander leben und profitieren. Und das ist mit Kreativen im Homeoffice ohne den direkten Austausch nur sehr bedingt herzustellen. Kreativität braucht die Aura des Situativen. Als vorteilhaft hat sich auch herausgestellt, dass die Bewerbungen bis Ende Mai eingereicht werden konnten. So ist der COMPRIX 2021 flexibler und aktueller geworden. Auch die beiden noch neuen Kategorien Live-Kommunikation und YOUNG COMPRIX haben sich weiter positiv entwickelt. Gerade bei den Youngsters waren dieses Jahr einige mehr „sick enough for healthy ideas“ und besonders kreativ. Sehr erfreulich ist auch, dass die RX-Jury 2021 zu über 50 Prozent aus Firmen- und Medienvertretern besteht und, wie die OTC-Jury auch, tatsächlich als Präsenzveranstaltung stattfinden konnte. Das zeigt mir, dass die Bedeutung und Relevanz des COMPRIX deutlich zunehmen. Generell sehe ich, dass der COMPRIX 2021 trotz Corona sehr vital ist und dass wir weiterhin am Puls der Zeit bleiben.“

**Markus Hanauer** (Spirit Link), Präsident der Digital-Jury sagt erfreut: „Mit 80 Einreichungen im Digitalbereich wurde ein neuer Rekord aufgestellt. Das freut uns sehr. Damit bilden wir die generelle Entwicklung im Healthcare-Marketing auch hier ab. Gleichzeitig sah die diesjährige Jury nur wenige der eingereichten Arbeiten als wirklich kreative Highlights an. Starke Ideen sind auch im Digitalbereich noch nicht die Regel. Wir freuen uns auf mehr davon in der Zukunft.“

Aktuelle Informationen gibt es auf der Webseite [www.comprix.de](http://www.comprix.de). In der Geschäftsstelle des COMPRIX steht Vera Richter für Fragen auch telefonisch (04621-3929900) oder per Email ([richter@comprix.de](mailto:richter@comprix.de)) zur Verfügung.

## **Über den COMPRIX**

Mit dem COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2021 zum 29. Mal vergeben wird – werden im deutschsprachigen Healthcare-Markt tätige Unternehmen, Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater prämiert. Ausgezeichnet werden ihre besten und kreativsten Werbemittel und Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und anderen Kommunikationsmaßnahmen.

... / Seite 3



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 3 / ...

Der Preis für kreative Healthcare-Kommunikation wird ausgerichtet vom COMPRIX-Beirat, dem das Unternehmen Berlin-Chemie, die Verlage Deutscher Ärzteverlag und Springer Medizin sowie die Agenturen BRAND HEALTH, movendi, PEIX Healthcare Communication, PINK CARROTS Communications, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall HEALTH, Serviceplan Health & Life, Spirit Link und VMLY&Rx angehören.

\* \* \*

Kontakt: Vera Richter, COMPRIX Geschäftsstelle, Dieselstraße 2, 50859 Köln

Telefon: 04621-39299-00 / Fax: -01, E-Mail: richter@comprix.de

Redaktion: VITALIS PR, Frankfurt am Main