



Kreative Healthcare-Kommunikation

Presse-Information

30. COMPRIX: „Ein großer Schritt nach vorn!“

**2022 EIN JAHR DER VERÄNDERUNG +++ ZWEI NEUE JURYS HABEN GETAGT +++
INNOVATIONEN HABEN SICH BEWÄHRT +++ FOKUS AUF KREATIVE SPITZENREITER +++
SOLIDE TEILNEHMERZAHL ZU VERZEICHNEN +++ SHORTLIST IST AB HEUTE ONLINE +++
GOLD AWARDS GIBT'S IM SEPTEMBER IN BERLIN**

Köln, 01. Juli 2022. Die beiden neuen, digital-integrierten Juries des 30sten COMPRIX haben gesprochen – und 191 Finalisten können sich ab sofort Hoffnungen machen auf die begehrten COMPRIX Gold Awards, die bei der COMPRIX Preisverleihung am 16. September 2022 in Berlin vergeben werden. Der wichtigste Healthcare-Kreativwettbewerb im deutschsprachigen Raum kann 2022 mit 264 Einreichungen wieder eine solide Beteiligung verzeichnen. Die Juror:innen haben dieses Jahr bei Einreichungen und Bewerbern aus Agenturen, Unternehmen und Organisationen ein breites kreatives Spektrum gesehen. 2022 haben erstmals zwei in „PM“ (Pharma Rx & Medizinprodukte) und „HW“ (Health OTC & Wellness) neu strukturierte und zusammengesetzte Juries mit über 50 Fachjuror:innen aus Unternehmen, Agenturen und Medien alle ausschließlich digital eingereichten Arbeiten begutachtet, diskutiert, bewertet, nominiert und prämiert. Die 2022er Shortlist der Anwärter auf die COMPRIX Gold Awards des 30sten Jahrgangs ist lang – und es gibt sie ab heute online auf award.comprix.com.

Der Präsident der neuen „PM-Jury“, Winfried Krenz (Schmittgall HEALTH), resümiert die 2022er Jurierung so: „Wir waren alle sehr gespannt, wie die neue Form ankommt: integrierte digitale Arbeiten, zwei neu zusammengestellte Juries, Vorabsichtung der Kategorien mit digitalen und Bewegtbild-Formaten, digitales Voting etc. Die Antwort lautet: Sehr gut! Natürlich gibt es noch Kleinigkeiten zu verbessern, vor allem bei der Klarheit in der Ausschreibung mancher Kategorien. Grundsätzlich hat der COMPRIX jedoch einen großen Schritt nach vorn gemacht. Etwas irritiert hat mich, dass es in den Kategorien „Website“ und leider auch bei „Integrierte Kampagne laufend“ nur wenige Einreichungen gab. Das ist sehr schade, und ich hoffe, dass das wieder besser wird. Sehr gefreut hat mich hingegen, dass – neben den neuen Kampagnen – „RX Awareness“ Richtung Consumer die aus meiner Sicht stärkste Kategorie war. Das ist super und zeigt, dass die grundsätzliche Ausrichtung der Kommunikation Richtung Patient von der Healthcare-Branche jetzt endlich konsequent umgesetzt wird. Weiter so.“



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 2 / ...

Mike Rogers (Serviceplan Health & Life), Präsident der neuen „HW-Jury“, sagt: „*BESSER, HÖHER, WEITER* – das hat sich der COMPRIX zum 30sten verordnet. 2022 ist das Jahr der Veränderung beim COMPRIX: neue Kategorien und ein neuer Einreichungsprozess, eine neue digitale Jury-Plattform und ein klarer Fokus auf die kreativen Spitzenreiter. Die beiden neuen Jurys waren dieses Mal recht streng, und das war gut so. Wir haben weniger Gewinner gekürt, dafür aber ein respektables Ergebnis erzielt, das sich wirklich sehen lassen kann.“

Für „PM-Jury“-Vize Christoph Witte (PINK CARROTS) war „der persönliche Austausch wieder einmal großartig, auch wenn die Jurysitzungen, bedingt durch das neue digitale Setting, nicht ganz so lebhaft waren – wir nehmen das auf die Optimierungs-Agenda. Auch in diesem Jahr haben wir gute Arbeiten gesehen und bewertet. Was mich persönlich etwas gewundert hat, ist die vergleichsweise geringe Anzahl von OTC-Einreichungen – und das obwohl sich im OTC-Marketing aktuell viel tut. Hier würde ich mir sehr wünschen, dass der COMPRIX auch für die großen, nicht auf Health spezialisierten Branchenmedien Ranking-Relevanz erreicht. Mein Fazit: Die „COMPRIX-Party“ zum runden Geburtstag in Berlin wird fantastisch, weil wir den 30sten quasi gemeinsam feiern, denn wir sind vom selben Jahrgang wie der COMPRIX.“

Aktuelle Informationen zum 30sten COMPRIX gibt es auf der Webseite awards.comprix.com. In der Geschäftsstelle des COMPRIX steht Vera Richter für Fragen auch telefonisch (04621-3929900) oder per Email (richter@comprix.de) zur Verfügung.

Über den COMPRIX

Mit dem COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2022 zum 30. 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.

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, Scholz & Friends Health, Serviceplan Health & Life und Spirit Link 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