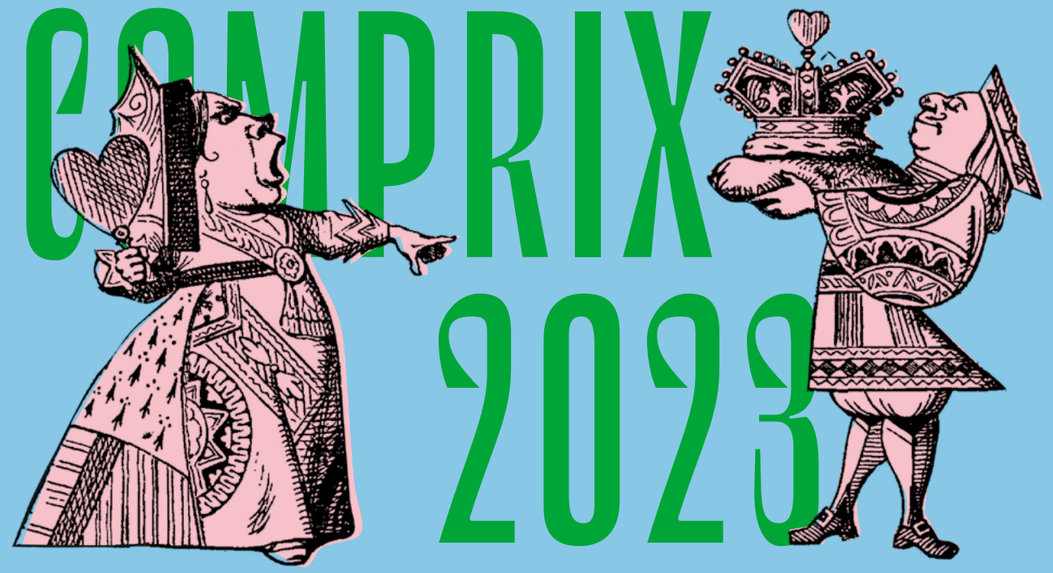
WONDER LAND

NACHLESE ZUM FEST

NACHLESE

COMPRIX 2023



Eine Nacht im WONDERLAND: Die COMPRIX-Award-Gala 2023 würdigt kreative Brillanz in der Healthcare-Branche

Die Welt der Gesundheitsbranche, in der Kreativität oft im Schatten so ernster Themen wie Disease-Awareness steht, erstrahlte am 1. September 2023 in einem ganz besonderen Licht. Der Gala-Abend, der unter dem bezaubernden Motto „WONDERLAND“ im Theater des Kölner Tanzbrunnens stattfand, enthüllte ein mitunter immer noch im Verborgenen liegendes Geheimnis: die ungeahnte Kreativität, die sich trotz der Komplexität von Medizinthemen in dieser Branche weiter entwickelt.

Wie Alice, die neugierig dem weißen Kaninchen folgt, waren die Gäste eingeladen, dem „weißen Hasen“ der Kreativität zu folgen und sich in einer Welt der Fantasie und des Staunens zu verlieren. Die Veranstaltung spiegelte nicht nur die Vorstellungskraft der Branche wider, sondern zeigte, mit welcher Kreativität wichtige Themen wie Prävention in den Fokus gerückt werden.

Höhepunkt des Abends war die mit Spannung erwartete Preisverleihung der Gold-Awards: Unter den 220 Finalisten wurden 35 Gold-Awards vergeben. Diese Auszeichnungen sind das Zeugnis für hervorragende Leistungen. Die Gewinner haben bewiesen, dass sie die Kraft haben, weichenstellende Veränderungen in der Kommunikation der Branche herbeizuführen. Die Gala 2023 war jedoch auch in diesem Jahr mehr als nur eine Preisverleihung. Sie war eine Nacht der Begegnungen, der Inspiration und der Feier der gemeinsamen Leidenschaft für das Gesundheitswesen.

„Dieser Abend ist ein Beispiel dafür, wie sehr sich die Kommunikation in unserer Branche gewandelt hat. Wir haben es mit brillanten Köpfen zu tun, die das Zukunftsthema Gesundheit und Prävention auf ein ganz neues Level heben können“, sagt Dr. Dörthe Besse, Geschäftsführerin von BOOSTing Communication, die 2023 erstmals Teil des COMPRIX-Beirats ist. Corinna Schubert, fischerAppelt und ebenfalls neu im Beirat bestätigt den Trend: *„Wir beobachten mit großem Interesse, in welcher Form sich die Healthcare-Branche zu einer Quelle der Inspiration verändert. Das betrifft die Kommunikation, aber auch Formate und Kanäle. Die Ergebnisse konnten wir heute Abend mit der Verleihung des COMPRIX Awards würdigen – und das in einem so zauberhaften Ambiente.“*

35 AWARDS 2023

Die Award-Gewinner

Die Gewinner der 35 Gold-Awards waren der lebende Beweis für die Verbindung zwischen Kreativität und Healthcare. Ihre Projekte und Ideen zeigten, dass selbst in einem Umfeld komplexer medizinischer Themen Raum für Innovation und Einfallsreichtum besteht.

Und noch etwas war auffällig: In dieser zauberhaften WONDERLAND-Nacht zeigte sich, dass Humor ein ganz wichtiges Stilmittel ist, um in der Kommunikation von medizinischen Themen eine Brücke zwischen Information und Zugänglichkeit zu schlagen. Humor kann eine menschliche Verbindung schaffen und Barrieren abbauen, während gleichzeitig wichtige Botschaften vermittelt werden.

Ein schöner Moment war die Verleihung des YOUNG COMPRIX an die beiden Gewinner Julia Maier und Niklas Blum. Die beiden talentierten kreativen Köpfe, die mit ihren Ideen den berühmten Nagel auf den Kopf getroffen haben, leben inzwischen als Paar in Portugal. Darum konnten sie auch nicht persönlich vor Ort in Köln sein, schalteten sich aber live in die Verleihung zu. Stellvertretend nahmen die Schauspielerin aus Niklas' Film, Magdalena Suckow, sowie Ana-Sophia Almeida-Dehesa, die Julia unterstützte, den Preis auf der Bühne entgegen.

Wie gewohnt führte Wolfram Kons locker und charmant durch den Abend. Er bot allen Gewinnern den angemessenen Rahmen auf der Bühne. Alle hatten die Gelegenheit, die Idee ihrer Kampagne zu erklären und auf der Bühne vorzustellen. Conférencier Kons geriet dabei mitunter ins Schwärmen und konnte nicht oft genug betonen, was für ein „wonderbarer" Abend dies war.

Große Bühne für Kreativität

Schon vom Entree aus konnten die Gäste die verschiedenen Arbeiten aus diesem Jahr bewundern. In der Ausstellung offenbarte sich ein kreatives Feuerwerk, das auf große Anerkennung stieß. Es bildeten sich viele angeregt diskutierende Gruppen, die sich kaum von den ausgestellten Arbeiten lösen wollten.

Aber es war auch eine Nacht der Begegnungen: Die Gäste nutzten die Gelegenheit, sich zu vernetzen, Ideen auszutauschen und zukünftige Kooperationen zu planen. Auch dafür steht der COMPRIX – er ist und bleibt ein großes Branchentreffen.

SHOW ACT:

Follow the White Rabbit

Die COMPRIX-Award-Gala 2023 verwandelte sich in ein atemberaubendes Spektakel namens „Follow the White Rabbit“. Angefangen von den Tischgedecken bis zur Dekoration der Showbühne: Die Event-Magier des Veranstalters movendi unter der Leitung von Thomas Bruchhäuser haben sich auch in diesem Jahr etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Sie übergaben das Zepter an die ehemalige Artistin Alexandra Saabel, die ihr Publikum direkt ins magische WONDERLAND beamte.

So begann der Abend mit der Geschichte von Alice und ihrer Reise ins Wunderland. Die Lok, die durch die Reihen der Gäste zog und Seifenblasen statt Dampf in die Luft blies, löste bei einigen den Wunsch aus, selbst mitzufahren. Es folgte eine Magiernummer, in der Alice auf wundersame Weise verschwand, um dann doch wieder am anderen Ende des Saales aufzutauchen.

Begeistert hat auch der Jongleur, der nach der ersten Runde der Preisvergabe fast so viele Bälle in der Luft halten konnte wie die Projektmanager der Kampagnen, die es ins Finale geschafft hatten.

Aber auch die anderen Künstler, Jongleure und Luftakrobaten verliehen ihren künstlerischen Leistungen eine surreale Dimension und ließen den Geist von WONDERLAND gleichzeitig Realität werden. Ihre Darbietungen spiegelten die kreative Energie der Branche wider, die sich in unerwarteten Formen, Farben und Bewegungen manifestierte. Schöner hätte sich das Lewis Carroll nicht ausdenken können.

Nach Verleihung, Dinner und den spektakulären artistischen Höhenflügen sorgte DJ Costa Rica für eine volle Tanzfläche im Tanzbrunnen und eine ausgelassene Stimmung unter den Gästen. Marek Hetmann vom Deutschen Ärzteverlag fasst es so zusammen: *„Es war erneut ein unvergesslicher COMPRIX-Award-Abend, der einmal mehr gezeigt hat, dass mit Fantasie Grenzen gesprengt werden können!“* Dr. Hendrik Pugge von Springer Medizin ergänzt: *„Ich bin gespannt, was das kommende Jahr bringt, und freue mich schon jetzt auf den Award-Abend in Berlin am 13. September 2024.“*

COMPRIX 2023

WONDERLAND

GOLD-AWARDS

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

HEALTHCARE PROFESSIONALS

HUMANMEDIZIN, FACHANZEIGE/KEY-VISUAL
- GONAL-f – Kampagne „Was fehlt hier?“, Schmittgall HEALTH, Merck
- Nordimet – „Daumen hoch für tastenlos“, Schmittgall HEALTH, Nordic Pharma GmbH

HUMANMEDIZIN, ANZEIGEN- BZW. KEY-VISUAL-STRECKE
- Nordimet – „Daumen hoch für tastenlos“, Schmittgall HEALTH, Nordic Pharma GmbH

HUMANMEDIZIN, INTEGRIERTE KAMPAGNE NEU
- Zarzio®, Ziextenzo® und Binocrit® – „Blood Boys“, CAKE, Sandoz GmbH
- Nordimet – „Daumen hoch für tastenlos“, Schmittgall HEALTH, Nordic Pharma GmbH

HUMANMEDIZIN, INTEGRIERTE KAMPAGNE LAUFEND
- Testogel – Urlaubspromotion „Reisebeutel“, Schmittgall HEALTH, Dr. Kade Besins

HUMANMEDIZIN, AWARENESS-KAMPAGNE & PATIENTEN-SUPPORT-PROGRAMME (PSP)
- Dupixent – „Duft des Lebens“, Edelman, Sanofi Deutschland

HUMANMEDIZIN, POST-MAILING
- Flaminal® – „Der Wund-Flimmereffekt“, Schmittgall HEALTH, Flen Health

AUSSENDIENST-MOTIVATION
- Nordimet – „Daumen hoch für tastenlos“, Schmittgall HEALTH, Nordic Pharma GmbH

HUMANMEDIZIN, DIGITALE MEDIEN
- Zarzio®, Ziextenzo® und Binocrit® – „Blood Boys“, CAKE, Sandoz GmbH

EVENTS
- Dupixent – „Duft des Lebens“, Edelman, Sanofi Deutschland
- Imaginarium – Relmagining Neuroscience (KESIMPTA®, MAYZENT®, AIMOVIG®, ZOLGENSMA®), IPG Health, Novartis Deutschland

IMAGEWERBUNG
- „FOR HER“ – Kampagne, Average Sucks, Organon Healthcare GmbH

CONSUMER

RX AWARENESS
- INITIATIVE ICH – „#remixedbyMS“, PEIX Health Group, Bristol Myers Squibb
- MS & ich – „Die Sache mit den Kirschen“, Serviceplan Health & Life / Serviceplan Gruppe, Novartis

RX PATIENT-SUPPORT-PROGRAMME (PSP)
- UPLIZNA NMOSD Patienten-Therapie-Broschüre – „Mein Weg mit NMOSD und UPLIZNA“, IPG Health, Horizon Therapeutics

FREIE KATEGORIE
- Imagekommunikation – „Vorurteile OFF“, Average Sucks, Organon Healthcare GmbH

HEALTH OTC & WELLNESS

CONSUMER

OTC ANZEIGEN- BZW. KEY-VISUAL-STRECKE
- Talcid® – „Willkommen in Acid Town“, PEIX Health Group, Bayer Vital Consumer Health

OTC INTEGRIERTE KAMPAGNE NEU
- Talcid® – „Willkommen in Acid Town“, PEIX Health Group, Bayer Vital Consumer Health

OTC TV- UND INTERNET-SPOTS
- Talcid® – „Willkommen in Acid Town“, PEIX Health Group, Bayer Vital Consumer Health

OTC RADIO-SPOTS
- Loceryl® – HF-Spot „Bademeister Nagelpilz“, DENKEN HILFT! Agentur für durchdachte Kommunikation GmbH, Galderma Austria GmbH

OTC DIGITALE MEDIEN
- Talcid® – „Willkommen in Acid Town“, PEIX Health Group, Bayer Vital Consumer Health

MEDIZINPRODUKTE
- GEERS Hörtest – „Verstehen Sie manchmal auch nur Bahnhof?“, you GmbH, GEERS/Sonova Retail Deutschland GmbH

DIGITALE GESUNDHEITSANWENDUNG (DIGA)
- „Dot Go“, Serviceplan Health & Life / Serviceplan Gruppe, Dot Incorporation

APOTHEKENKOSMETIK
- LETI AT4 – „Neurodermitis? Kratzt mich nicht.“, PEIX Health Group, LETI Pharma
- Naseweiss – „Haut-Flaggen“, Scholz & Friends Health GmbH, 4peoplewhocare

PATIENTENINFORMATIONSKAMPAGNEN VON ORGANISATIONEN
- AOK Rheinland/Hamburg – „Geht auf Karte“, ressourcenmangel Düsseldorf GmbH, AOK Rheinland/Hamburg
- AOK Hautkrebs-Prävention, Scholz & Friends Berlin, AOK-Bundesverband
- AOK – „Familie – der größte Pflegedienst Deutschlands“, Serviceplan Health & Life / Serviceplan Gruppe, AOK-Bundesverband GbR

SOZIALE KAMPAGNE
- Don’t-text-and-drive-Kampagne – „No Answer“, Scholz & Friends Berlin, Deutscher Verkehrssicherheitsrat / Bundesministerium für Digitales und Verkehr
- Verkehrssicherheit – „Don’t drink and ride“, Scholz & Friends Berlin, Don’t drink and drive

IMAGEWERBUNG
- Meine AOK-App – „Monster“, Scholz & Friends Berlin, AOK-Bundesverband

HEALTHCARE PROFESSIONALS

MEDIZINPRODUKTE
- Erste-Hilfe-Koffer – „Örste Hilfe schreibt man mit Ö“, Schmittgall HEALTH, SÖHNGEN®

YOUNG COMPRIX

- „CIRCULAR INSANITY. emotions of a bipolar person – an experimental short“, Niklas Blum, DHBW Ravensburg
- „mis(s)understood bodies“ – animierte Kurzfilme, Julia Maier, Freie Universität Bozen/Bolzano

Ideen, Programm, Konzept, Regie, Künstler und Dekoration der 31. COMPRIX-Preisverleihung: movendi GmbH, www.movendi.de
Veranstalter: COMPRIX GbR, Dieselstr. 2, 50859 Köln

movendi artists | concepts | eventproductions
PEIX HEALTH GROUP
COMPRIX
Deutscher Ärzteverlag
Springer Medizin