



Burson·Marsteller

Burson-Marsteller och Lufthansa tog emot pris för en av världens bästa PR-kampanjer

Stockholm, 29 oktober 2015 – På onsdagskvällen hölls galaceremonin för den globala upplagan av PR-tävlingen SABRE Awards, i Miami. Bland regionala vinnare från Nordamerika, Asien och EMEA-regionen korades världens bästa PR-kampanjer. Bland 5 000 kampanjer totalt valdes 40 ut till "Global Campaigns of the Year". Vi kan stolt berätta att Burson-Marsteller är en av vinnarna med kampanjen "Är du Klaus-Heidi?" som genomfördes tillsammans med DDB Stockholm på uppdrag av Lufthansa.

I maj i år vid EMEA SABRE Awards i London vann "Är du Klaus-Heidi?" guld i kategorin Travel & Tourism.

- Kampanjen är både unik och modern, vilket visat sig inte minst genom det enorma intresse kampanjen fått i media internationellt. Vi är väldigt stolta över att ha genomfört den tillsammans med DDB Stockholm på uppdrag av vår mycket modiga kund, Lufthansa, säger Helena Olsson, VD för Burson-Marsteller Sverige som tillsammans med Magnus Engvall från Lufthansa tog emot priset på plats i Miami.

De 40 globala vinnarna representerar alla kategorier inom PR, från sociala medier till socialt ansvar och Public Affairs. "Är du Klaus-Heidi?" var den enda svenska kampanjen bland de 40. Burson-Marsteller vann även pris för "The First Case of Ebola in the US" en kampanj som genomfördes på uppdrag av Texas Health Resources.

Är du Klaus-Heidi?

I oktober 2013 lanserade Lufthansa kampanjen "Är du Klaus-Heidi?" – en integrerad kampanj initierad av DDB Stockholm, där Burson-Marsteller Sverige arbetade med PR-delen, med syftet att bli top-of-mind gällande rutten Stockholm-Berlin. Kampanjen utmanade svenskar att byta namn till det könsneutrala namnet Klaus-Heidi, en sammanslagning av två vanliga tyska namn. Priset var ett år i Berlin med betald lägenhet, en intensivkurs i tyska, ett Berlin WelcomeCard, en cykel, en resväska och två inrikesflyg med Lufthansa.

Totalt bytte 42 svenskar namn till Klaus-Heidi och vinnaren, Klaus-Heidi Andersson, flögs ned till Berlin vid årsskiftet och välkomnades av Berlins borgmästare. Kampanjen fick ett stort genomslag runt om i världen, bland annat skrev The Economist, Der Spiegel, Huffington Post och Russian Today om kampanjen. Sammanlagt blev kampanjen omnämnd i mer än 30 länder och var ett återkommande ämne i svensk media.

För mer information om priset och galan, vänligen besök: <http://www.holmesreport.com/events-awards/sabre-awards/global-sabre-awards/2015-global-sabre-awards>

För ytterligare kommentarer eller information, vänligen kontakta:

Burson-Marsteller
Helena Olsson, VD
Tel: +46 8 440 1206

Email: helena.olsson@bm.com
www.burson-marsteller.se

Om Burson-Marsteller

Burson-Marsteller (www.burson-marsteller.com) grundades 1953 och är idag en av de ledande globala PR- och kommunikationsbyråerna. Genom kunskapsbaserad kommunikation erbjuder kunder ett strategiskt tänkande och genomförande av program inom ett komplett utbud av tjänster såsom PR, Public Affairs och digitala medier. Företaget är representerat genom 72 kontor och 87 partnerfilialer i sammanlagt 112 länder över sex kontinenter. Burson-Marsteller är en del av Young & Rubicam Brands, ett dotterbolag till WPP (NASDAQ: WPPGY), ett av världens främsta konglomerat av byråer inom kommunikationstjänster.