

Vinnarna i Spinn 2013 utsedda

Ikväll utsågs vinnarna i Spinn 2013. Det blev nykomlingarnas afton då fem av nio spinnguld gick till byråer utan tidigare vinster. Det prestigefyllda priset för "Årets rookie" delades ut till Mindmakers PRs stjärnskott Maria Fabricius och huvudsponsorn Cision delade ut sitt eget pris till Lina Thomsgård

Hela 187 bidrag hade skickats in till årets tävling, en ökning med 26 bidrag från 2012 och 20 olika byråer tävlade i årets Spinn med chansen att kamma hem guld eller silver. Det delades ut nio spinnguld och sju spinnsilver och den stora vinnaren i år var Deportivo med guld för två olika bidrag, tätt följda av Prime med ett guld och ett silver.

"Med så många bidrag som skickats in i år så har juryn verkligen fått slita, men det är otroligt vilken kreativ höjd bidragen haft, det är tydligt att svensk PR håller högsta världsklass" säger Kaj Flick, generalsekreterare på PRECIS, PR-konsultföretagens organisation, som är arrangör av Spinn.

Mårten Lundberg, byråchef på Hero Kommunikation och årets Spinngeneral håller med Kaj och tillägger: "Galakvällen var fantastisk med fler tävlande och fler gäster än på flera år, ett bra tioårsjubileum som sätter tonen för de kommande tio åren!" säger Mårten om faktumet att det är 20 procent fler deltagare i år jämfört med 2012.

Årets Experiential marketingkampanj

Guld: Deportivo med "Sweat for water" för UNICEF och Gothia Cup

Silver: Rippler med "För en mänskligare stad" för Stockholms Stadsmission

Årets Integrerade kampanj

Guld: Hero Kommunikation med "Bonde på köpet" för Lantbrukarnas Riksförbund (LRF)

Årets Massmediekampanj

Guld: Deportivo och Forsman & Bodenfors med "Likes kan inte rädda liv" för UNICEF

Silver: Prime med "Civil Rights Captcha" för Civil Rights Defenders

Årets Word-of-mouth-kampanj

Guld: Saatchi & Saatchi Stockholm med "The Live Quiz Release" för Föreningen Popaganda/Luger

Silver: Greenhill Relations med "Unionens digitala strejkvakter" för Unionen

Årets Samhällsinformationskampanj

Guld: Plakat med "Jämställdhetsskatt" för Jämställdhetsutskottet Umeå kommun

Silver: Volontaire med "Byt Lön" för Kommunal

Årets Nyskapare

Guld: AIK Think Tank med "Paint it Black" för AIK Fotboll

Silver: Greenhill Relations med "Unionens digitala strejkvakter" för Unionen

Årets Kampanj i sociala medier

Guld: Prime med "Civil Rights Captcha" för Civil Rights Defenders

Silver: Rippler och DDB med "You'll never wear that again" för Stockholms Stadsmission

Årets Konsumentkampanj

Guld: The Fan Club med "ToolPool" för Malmö Järnhandel

Silver: Wenderfalck med "Sambotestet" för Fastighetsbyrån

Årets Rookie

Maria Fabricius, Mindmakers PR

Dessa möjliggjorde Spinn 2013:

PRECIS – huvudarrangör

Cision – huvudsponsor

Nansen – webblösning för Spinn.nu

Utsikt – eventpartner

Holland + Philipson – design

Vitt Grafiska – trycksaker

The logo for Spinn 13, featuring the word "spinn" in a lowercase, sans-serif font with a registered trademark symbol, followed by the number "13" in a larger, bold, black font.

Spinn arrangeras av branschföreningen PRECIS och är en tävling i effektiv svensk marknads-PR. Med marknads-PR avses marknadskommunikation i icke-köpta (publicitet, seminarier, internet, ambassadörer etc) och egna kanaler (webb, e-mail, nyhets- brev, föreläsningar etc) som har som syfte att driva försäljning. Målet med Spinn är att öka kännedom och kunskap om marknads-PR hos företagsledare, marknadschefer och andra beslutsfattare. Tävlingen är även ett sätt att samla branschens bästa prestationer och lyfta fram dem som utmaning och inspiration. Långsiktigt ska tävlingen bidra till att öka andelen icke-köpta kanaler i marknadsmixen.

För mer information besök spinn.nu eller kontakta Kaj Flick, info@precis.se, 070-6740165