

20 november 2014

Pressmeddelande

Dill är Årets bästa PR-kampanj

Under kvällens Spinn gala i Blå Hallen utsågs Dill till Årets bästa PR-kampanj av branschorganisationen Precis. Kampanjen Dill skapades av Ingo och Cohn & Wolfe för Lidl. Flest priser gick till Burson-Marsteller som kammade hem två guld och två silver.

- Jag tror Dill blir en klassiker. Det är en begåvad kampanj som utgår från affärsverksamheten och därför lyfter hela företaget. Den är också rolig för att den utgår ifrån människors fördomar och lyckas vända på dessa på ett enkelt sätt. Vi kommer se mer av den här typen av PR i framtiden eftersom det är ett så gediget hantverk som uppfattas trovärdigt och ärligt, säger Eva Fernvall, Spinnjuryns ordförande och kommunikationsdirektör på Apoteket.

Spinn14 hade hela 50 tävlande byråer, en ökning med 25 procent från förra året. Galan hade också fler gäster än någonsin. Bredden på bidragen och de deltagande byråerna märktes även bland vinnarna – hela tjugo byråer lyckades vinna minst ett guld eller silver, varav elva inte vunnit något Spinnpris tidigare.

Nedan presenteras hela listan på vinnarna i Spinn14:

Årets bästa PR-kampanj

Guld: Ingo och Cohn & Wolfe Stockholm med "Dill" för Lidl

Silver: DDB Stockholm och Burson-Marsteller med "Är du Klaus-Heidi?" för Lufthansa

Årets business to business

Guld: Abby Norm med "Photoshop Live - Street Retouch Prank" för Adobe

Silver: Cohn & Wolfe Stockholm med "Serier i undervisningen" för Egmont Publishing Kids

Årets content marketing

Guld: Pronto med "Joller - en podcast föräldrar emellan" för Philips Avent

Spinn är branschorganisationen Precis tävling som belönar Sveriges bästa marknads-PR. Tävlningen är ett sätt att samla branschens bästa prestationer och lyfta fram dem som utmaning och inspiration. Marknads-PR är all kommunikation i icke-köpta och egna kanaler som bygger trovärdighet, ändrar beteenden, bygger varumärken och driver försäljning. Målet med Spinn är att öka kännedom och kunskap om marknads-PR hos företagsledare, marknadschefer och andra beslutsfattare. Den första Spinntävlingen hölls 2004.

Årets digitala kampanj

Guld: ANR BBDO med "Living with Lag" för ume.net/Umeå Energi

Silver: Prime med "Democreativity" för VisitSweden, Business Sweden, Svenska institutet och NSU

Årets event marketing

Guld: Prime med "Scandic To Go" för Scandic Hotels

Silver: Volontaire med "Play in the Shade" för Cancerfonden

Årets integrerade kampanj

Guld: DDB Stockholm och Burson-Marsteller med "Är du Klaus-Heidi?" för Lufthansa

Silver: Diplomat Communications och YouMe Agency med "Doftljuset Skoltolett" för Almega Serviceentreprenörer

Årets konsumentkampanj

Guld: Wenderfalck med "7-Eleven Wedding Chapel" för 7-Eleven

Silver: DDB Stockholm och Burson-Marsteller med "Är du Klaus-Heidi?" för Lufthansa

Årets massmediekampanj

Guld: Stendahls och Perspective Communication med "Det är rösten som räknas – Göteborgs Lucia 2013" för insideout AB, Göteborgs Lucia 2013

Silver: Rippler Communications med "Månhuset" för Falu Rödfärg

Årets non-profit

Guld: Prime med "#sopigstraffskala" för Ecpat Sverige

Silver: ANR BBDO med "Like a Swede" för TCO

Årets samhällsinformationskampanj

Guld: Burson-Marsteller med "#Backie – När svenskar vände ryggen till cancer" för Euromelanoma

Silver: FamiljenPangea med "The Robot Project" för KTH

Årets varumärkesbyggare

Guld: Jung Relations och Ethos med "Blocket för miljön" för Blocket

Silver: Rättviseförmedlingen med "Mångfaldsförmedlingen" för Rättviseförmedlingen

Årets rookie

Rebecka Berntsson Eskilstorp, Gullers Grupp

Spinn är branschorganisationen Precis tävling som belönar Sveriges bästa marknads-PR. Tävlningen är ett sätt att samla branschens bästa prestationer och lyfta fram dem som utmaning och inspiration. Marknads-PR är all kommunikation i icke-köpta och egna kanaler som bygger trovärdighet, ändrar beteenden, bygger varumärken och driver försäljning. Målet med Spinn är att öka kännedom och kunskap om marknads-PR hos företagsledare, marknadschefer och andra beslutsfattare. Den första Spinntävlingen hölls 2004.

spinn[®]14

Alla juryns prismotiveringar finns att läsa på: <http://news.cision.com/se/spinn>

Dessa möjliggjorde Spinn 2014:

PRECIS – huvudarrangör
Cision – huvudsponsor
Utsikt – eventpartner
Penetrace – webblösning för bidragsinlämning
Fine Design – möbler
E-print – trycksaker
B2B-opinion – annonser

För mer information besök spinn.nu eller kontakta:

Eva Fernvall
eva.fernvall@apoteket.se
070-590 28 93

Kaj Flick
kaj.flick@precis.se
070-674 01 65

Spinn är branschorganisationen Precis tävling som belönar Sveriges bästa marknads-PR. Tävligen är ett sätt att samla branschens bästa prestationer och lyfta fram dem som utmaning och inspiration. Marknads-PR är all kommunikation i icke-köpta och egna kanaler som bygger trovärdighet, ändrar beteenden, bygger varumärken och driver försäljning. Målet med Spinn är att öka kännedom och kunskap om marknads-PR hos företagsledare, marknadschefer och andra beslutsfattare. Den första Spinntävlingen hölls 2004.