

Press Play to Give är Årets bästa PR-kampanj

Under gårdagens Spinn gala på Nordiska Muséet utsågs kampanjen Press Play to Give till Årets bästa PR-kampanj. Kampanjen skapades av Edelman Deportivo för UNICEF Sweden & ABBA the Museum. Flest priser gick till Prime som kammade hem två guld och fyra silver

Spinn galan hölls igår på Nordiska Muséet med över 300 gäster. Under kvällen delades priser ut för 12 olika kategorier och Press Play to Give utsågs till Årets Bästa PR-Kampanj. Kampanjen är framtagen av Edelman Deportivo för UNICEF Sweden & ABBA the Museum.

- Kampanjen är ett innovativt sätt att utveckla organisationens kärnverksamhet, det vill säga att samla in pengar. Att samla in gåvor på ett sätt där givaren inte betalar, det är en helt fantastisk idé! Så enkel för alla parter. Det ska bli roligt att se om UNICEF utvecklar kampanjen till ett långsiktigt koncept och jag hoppas att vi ser mer innovationstänkande på den här nivån framöver, säger Caroline Forsshéll, kommunikationschef på Lidl och ordförande i juryn för Spinn.

Cision delade också ut priset "Cision PR Influencer Award" där Sveriges mest inflytelserika PR-konsult i digitala medier koras. Årets vinnare är Deeped Niclas Strandh, creative planner och sociala medier-strateg på Deepedition DigitalPR. Priset syftar till att lyfta fram konsulter inom PR- och kommunikationsbranschen som lever som de lär och driver PR-branschen framåt.

Nedan presenteras hela listan på vinnarna i Spinn15:

Årets bästa PR-kampanj

Guld: Edelman Deportivo med "Press Play to Give" för UNICEF Sweden & ABBA the Museum

Silver: Prime med "Don't Drink and Dive" för Trygg-Hansa

Årets business to business

Guld: Edelman Deportivo med "Mynewsdesk Now" för Mynewsdesk

Silver: Golin med "Workfulness" för Telenor Företag

Årets content marketing

Guld: Prime med "Don't Drink and Dive" för Trygg-Hansa

Silver: Edelman Deportivo med "Mynewsdesk Now" för Mynewsdesk

Årets digitala kampanj

Guld: Volontaire med "Libero BabyBuzz" för SCA

Silver: Wenderfalck med "Check My Lagom" för TV4

Årets event marketing

Guld: Håkanson United/FLB Europa/BrittonBritton med "BonnierHoops!" för Bonnierförlagen

Silver: DDB Stockholm med "Fråga Nordea Live" för Nordea Bank

Årets integrerade kampanj

Guld: Jung Relations och DDB Stockholm med "English Grass för svenska trädgårdar" för Svenska Spel

Silver: Prime med "Don't Drink and Dive" för Trygg-Hansa

Årets konsumentkampanj

Guld: Jung Relations med "The Andy Warhol Art Exchange by Absolut" för The Absolut Company

Silver: Prime med "HemnetHemmet" för Hemnet

Silver: Prime med "Don't Drink and Dive" för Trygg-Hansa

Årets massmediekampanj

Guld: Prime med "HemnetHemmet" för Hemnet

Silver: Spotlight PR med "Så blev Betsafe-bilen en världsnyhet" för Betsafe

Årets non-profit

Guld: Edelman Deportivo med "Press Play to Give" för UNICEF Sweden & ABBA the Museum

Silver: IUM med "BloggBattle" för Barncancerfonden

Silver: Springtime med "Moms på ideell secondhand" för Ideell Second hand

Årets samhällsinformationskampanj

Guld: ESTER med "Knegdeg" för PTK

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

Årets varumärkesbyggare

Guld: IQ med "Årets Varumärkesbyggare" för IQ

Silver: Hero Kommunikation med "Svensk Fågels Varumärkesresa" för Svensk Fågel

Årets rookie

Lamin Sonko, Jung

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

Dessa möjliggjorde Spinn 2015:

PRECIS – Huvudarrangör

Cision – Huvudsponsor

Utsikt – Eventpartner

Text100 – Kommunikationshjälp

Penetrace – Webblösning för bidragsinlämning

EDGE – Tekniksponsor – Ljud, ljus, bild och scen

Maxdialog – Tryckeri

För mer information besök spinn.nu eller kontakta:

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