



## Beim Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation funkelt es zum 14. Mal!

Beim Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation funkelt es zum 14. Mal! "Ich bin fest davon überzeugt, dass das eine Art und Weise des Lernens ist, wie man sie produktiver im Studium sonst kaum vorfinden wird", lobt der Präsident der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Professor Michael Heine, den Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation. Dieser geht 2014 zum 14. Mal an Unternehmen im deutschsprachigen Raum für herausragende Kommunikationskonzepte. Das Besondere des Preises: Er wird von einer unabhängigen studentischen Jury verliehen, die aus Studierenden des Studiengangs Wirtschaftskommunikation besteht. "Lebendig. Anspruchsvoll. Unabhängig." lautet dabei das Motto, das sich wie ein roter Faden durch das Projekt zieht. Lebendig, da ein Team von 23 Studierenden gemeinsam an einem Projekt arbeitet und lernt, in herausfordernden Situationen zusammenzuhalten. Die Idee des Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation entwickelt sich mit dem Engagement der Studierenden, über viele Monate hinweg, immer mehr zu einem realen Projekt, das seinen Höhepunkt in einer Tages- und Abendveranstaltung findet. Die Tagesveranstaltung lebt von Seminaren und Workshops, bei denen zu aktuellen Trends der Wirtschaftskommunikation gearbeitet und diskutiert wird. Die Abendveranstaltung steht im Zeichen der feierlichen Verleihung des Goldenen Funken. Sowohl bei der Tages- als auch bei der Abendveranstaltung sind zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft und Politik anwesend. Anspruchsvoll, da sich die Projektmitglieder zum Ziel gesetzt haben, überragende Kommunikation aus dem deutschsprachigen Raum auszuzeichnen. Jedes Jahr aufs Neue wetteifern junge Agenturen zusammen mit etablierten und bekannten Unternehmen wie Telekom Deutschland, OTTO oder Ricola um einen der Goldenen Funken. Die kommunikativen Arbeiten können in acht Kategorien eingereicht werden: Interne Kommunikation, Public Relations, Werbekommunikation, Markenstrategie, Corporate Publishing, Digitale Kommunikation, Live-Kommunikation und CSR-Kommunikation. Unabhängig, weil eine Jury aus Studierenden der Hochschule für Technik und Wirtschaft die Arbeiten prüft. Dies setzt eine unvoreingenommene Bewertung nach wissenschaftlichen Maßstäben und einem detailliert ausgearbeiteten Kriterienkatalog voraus. Der ehemalige Projektkoordinator dieses Events und heutige Vorsitzende des Vereins zur Förderung der Wirtschaftskommunikation e. V., Robert Deutsch, erklärt, dass die Studierenden mit diesem Projekt die Chance bekommen, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse unter realen Bedingungen zu erweitern und zu festigen. Die Aufgaben dabei sind vielfältig. Das Team akquiriert Unternehmen und Agenturen, die sich um die Trophäe Goldener Funke bewerben können, organisiert den "Tag der Wirtschaftskommunikation" und plant eine funkelnde Abendveranstaltung, auf der die Gewinner gekürt werden. Die wissenschaftliche Begleitung des Projekts, Prof. Stefanie Molthagen-Schnöring, lobt die Veranstaltungen der letzten Jahre: "Der Hochschule ist es gelungen, mit dem Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation nicht nur eine unverwechselbare Marke zu kreieren, sondern mit der Verleihung des Goldenen Funken auch Maßstäbe für herausragende Leistungen zu setzen." Noch bis zum 28. Februar 2014 (Anmeldeschluss: 14. Februar 2014) können sich Unternehmen und Agenturen mit ihren Kommunikationskampagnen und Werbekonzepten bewerben. Weitere Informationen finden Sie unter [www.dpwk.de](http://www.dpwk.de).

### Pressekontakt

Verein zur Förderung der Wirtschaftskommunikation e. V.

10318 Berlin

[tina.mayer-lockhoff@dpwk.de](mailto:tina.mayer-lockhoff@dpwk.de)

### Firmenkontakt

Verein zur Förderung der Wirtschaftskommunikation e. V.

10318 Berlin

[tina.mayer-lockhoff@dpwk.de](mailto:tina.mayer-lockhoff@dpwk.de)

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage