

Ketchum Publico mit einem PR Report Award ausgezeichnet

15. April 2014



Die Kampagne „Wurstsemmel-Shitstorm: David gegen Goliath im Web 2.0“ überzeugte bei der Preisverleihung in Berlin

Mit der Kampagne "Wurstsemmel-Shitstorm: David gegen Goliath im Web 2.0" konnte sich Ketchum Publico als einzige heimische Agentur bei den PR Report Awards 2014 beweisen und wurde in der Kategorie Low Budget mit einem Preis ausgezeichnet.

Im vergangenen Jahr stellte Mc Donald's die Wurstsemmel als klein und staubtrocken dar – ein Burger um einen Euro würde viel mehr bieten, so die Aussage. In Zusammenarbeit mit dem Berufszweig der Fleischer startete Ketchum Publico eine Social Media-Kampagne, worauf die Kampagne der Fast Food-Kette binnen weniger Tage eingestellt wurde.

"Als einzige Agentur aus Österreich haben wir es geschafft", freut sich Ketchum Publico

Geschäftsführerin Saskia Wallner. "Die knapp 30-köpfige Jury hat unserer starken Idee und erfolgreichen Umsetzung ein klares Votum für den Kategorie-Sieg gegeben. Denn besser geht es nicht: Minimaler Mitteleinsatz und maximaler Effekt. Der Case zeigt, dass Unternehmen und Stakeholder durch Social Media auf gleicher Augenhöhe kommunizieren."