

# Der Fink & Fuchs Award Technology



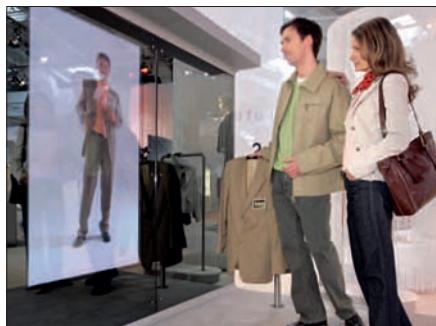
## Gewinner

### Metro Future Store auf der CeBIT 2006

Dem Vorurteil über den Handel als verschlafener, aus Medienperspektive auch verschlossener Branche setzte der Düsseldorfer Branchenprimus Metro Group auf der CeBIT im vergangenen Jahr einen Laden – was sonst? – entgegen: den Future Store. Der Messeauftritt wurde von der Unternehmenskommunikation des Handelskonzerns (Federführung: Petra Rob) entwickelt und umgesetzt.

Die Metro Group Future Store Initiative war bereits 2002 gemeinsam mit SAP, Intel und IBM ins Leben gerufen worden. Heute gehören der Initiative mehr als 60 Unternehmen an. Das gemeinsame Ziel: Moderne Technologien sollen das Einkaufen für den Kunden bequemer und komfortabler machen. Der CeBIT-Auftritt war die erste öffentliche Präsentation jenseits des Modell-Geschäfts in Rheinberg bei Düsseldorf und jenseits brancheninterner Veranstaltungen.

Wesentliches Element des Future Stores auf der CeBIT war die RFID-Technologie (Radio Frequency Identification). Den Besuchern wurde auf 2.800 Quadratmetern der praktische Nutzen näher gebracht. Die Jury erkennt insbesondere an, dass es Metro und Pleon gelungen ist, für das Highlight der CeBIT 2006 zu sorgen.



## Besondere Erwähnung



**Projekt:** „Own Iconic Design“ für Motorola Mobile Devices  
**Agentur:** cpz Ogilvy PR  
**Aufgabe:** Motorola untrennbar mit dem Leitmotiv „Iconic Design“ verbinden

**Lösung:** Neben Events/Pressearbeit spielen Medienkooperationen die zentrale Rolle. Zudem wurden Serien wie „Desperate Housewives“ und „Grey’s Anatomy“ gesponsort.

## Shortlist



**Projekt:** „Skype – Eine Technologie wird Massenmedium“  
**Agentur:** Schwartz PR  
**Aufgabe:** Skype soll einer

breiten Zielgruppe verständlich erklärt werden  
**Lösung:** Mit einfachen Begriffen wird das Themenfeld Internet-Telefonie besetzt. Fallbeispiele und Kooperationen mit Hardware-Herstellern runden das Vorgehen ab.

## Shortlist



**Projekt:** „ay yildiz – erste Mobilfunkmarke für türkischstämmige Mitbürger“

**Unternehmen:** E-Plus

**Aufgabe:** Eine eigenständige Mobilfunkmarke für türkischstämmige Mitbürger in der E-Plus-Markengruppe etablieren/Image-Aufbau

**Lösung:** Pressearbeit inklusive Redaktionstour für türkische und deutsche Medien mit je unterschiedlichen Zielsetzungen. Der persönliche Kontakt etwa zählt in der türkischen Kultur weit mehr als in der deutschen.

## Shortlist



**Projekt:** „Play Station Portable 2.0“ für Sony  
**Agentur:** Harvard PR  
**Aufgabe:** Post-Launch-Kampagne für die Sony PlayStation Portable

**Lösung:** Eine Pressetour, Aktionen während der Fußball-WM sowie Kooperationen mit Designern, Künstlern und Promis sollten das Lifestyle-Image des Produkts herausarbeiten.

Sponsored by



**Fink & Fuchs**  
Public Relations AG