



Heilsarmee gewinnt goldenen FOX AWARD



Im September 2020 ist die Heilsarmee Schweiz für ihren Newsroom mit dem silbernen FOX-Award prämiert worden.

© Limitierte Rechte

Für ihren Newsroom ist die Heilsarmee Schweiz prämiert worden - mit Gold statt bisher Silber.

Die Heilsarmee Schweiz erhält überraschenderweise die Goldmedaille (zuvor Silber) des deutschen FOX AWARD 2020 in der Kategorie Newsroom. Damit ehrt die Jury das Engagement der Organisation, die ihre Kommunikationsaktivitäten an der Strategie und den Zielen der Heilsarmee ausrichtet. Die Beurteilung der Jury lautet:

Das umfassende und transparente Konzept zeigt, dass das Kommunikationsteam der Heilsarmee die Wirkungsweise, aber auch die Herausforderungen des Newsrooms erkannt hat und erfolgreich bewältigt. Das Content Command Center der Heilsarmee verdient seinen Namen mit einer Themenarchitektur in der ausgehend von der Contentstrategie die Core Story sauber definiert und Handlungsfelder und Themen 2020 geplant und mit Scompler in der Umsetzung konsequent im Blick behalten werden.

(Anmerkung der Redaktion: Keine Sorge, wenn Sie nicht alles verstanden haben. Es handelt sich um einen Fachpreis der Branche.)

Die Heilsarmee Schweiz bedankt sich herzlich für den goldenen FOX AWARD und diese Anerkennung ihrer Leistung.

Besonders bedankt sich die Abteilung Marketing & Kommunikation beim ehemaligen Leiter Marketing Christoph Bitter und bei Mirko Lange (Gründer von Scompler) für die Unterstützung.

Das sind die FOX AWARDS

Seit 2011 zeichnen die FOX AWARDS unter dem Dach des dapamedien Verlags – in Kooperation mit namhaften Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft – effiziente Lösungen aus Marketing und Kommunikation in Print und Digital aus. 2020 wurden 332 Projekte eingereicht. Die Rubrik Newsroom, in der die Heilsarmee Silber gewonnen hat, haben die Veranstalter dieses Jahr eingeführt.

Effizienter Newsroom der Heilsarmee

Mit der Einführung des Newsrooms (was das ist, lesen Sie bspw. in [diesem Blogbeitrag](#)) in den vergangenen Monaten hat die Heilsarmee einen Meilenstein gesetzt: Sie stimmt das, was sie kommuniziert, auf die strategischen Ziele der Heilsarmee ab. Mit dem so genannten Content-Tool "[Scompler](#)" haben die Mitarbeitenden der Abteilung Marketing & Kommunikation den Überblick über Beiträge auf all ihren Kanälen wie zum Beispiel Infohub, [Website](#), [Facebook](#), [Instagram](#) oder [Twitter](#).

Mit dem Newsroom haben sich auch neue Zusammenarbeitsformen entwickelt. Viele Mitarbeitende der Abteilung sind in den vergangenen Monaten in neue Rollen hinein- und über sich hinausgewachsen. Dies haben sie insbesondere bei der plötzlichen Umstellung auf Home Office im März 2020 und der folgenden Kommunikation zu den Aktivitäten der Heilsarmee während dem Lockdown mit Erfolg bewiesen.

Autor

Florina German

Publiziert am

21.9.2020