

Dommerpanelet gav **kom-pris'11** til Team Rynkeby.

Blandt deltagerne var der stort flertal for busbranchens 'Chauffør med karakter'

# TA' CYKLEN TIL PARIS - OG BUSSEN TIL VALBY



Busbranchen i Storkøbenhavn fik **kom-pris'11** fra publikum. På billedet Sanne Møller Andersen fra Infomedia, Louise Kramer, Nikolaj Stagis fra Stagis og Maja Nellemann fra 'Chauffører med karakter' og Tina Donnerborg, formand for Dansk Kommunikationsforening.



Rynkeby Foods A/S fik **kom-pris'11** fra dommerkomitéen. På billedet Sanne Møller Andersen fra Infomedia, Malene P. Laursen fra Mannov, Carl Erik Dalbøge fra Rynkeby Foods A/S og Tina Donnerborg, formand for Dansk Kommunikationsforening.



Af Pernille Hermann

Vejtrafikken havde en god dag, da vi cirka 300 i DR-byens koncerthus skule stemme om, hvilket af de fem nominerede projekter der skulle vinde kommunikationsprisen - igen i år sponseret af Infomedia.

## Stolte buschauffører

Det helt overvældende flertal stemte nemlig på det tredje trafikprojekt 'Chauffør med karakter', som hele busbranchen i hovedstadsområdet har været sammen om.

Over 6000 kunder har fulgt opfordringen til at sms'e om glade øjeblikke i busserne og ros til chaufføren, og nok så vigtigt er der fulgt op på de indre linjer med to års uddannelse, chaufførkonkurrencer og konstant for-

kus på arbejdsmiljøet og den gode service i busserne. Busbranchen i hovedstadsområdet og kampagnens bureau Stagis havde god grund til at sole sig i prisen – evalueringen viser nemlig 91 procent trivsel hos chaufførerne og hele 76, der nu med stolthed fortæller om deres job.

Der er kommet 9 mio. flere busture på årligt. Har de bare betalt 1 krone hver i gennemsnit, så er kampagnen til 12-13 mio. kroner allerede rigeligt betalt.

## Gode ben

Dommerne valgte årets cykeltur til Paris med Team Rynkeby, med Mannov som bureau, på grund af den gennemførte, topprofessionelle håndtering, og fordi vision, produkt og idé hænger så fremragende sammen. Den gode danske juice, det gode formål og den fysiske udfordring og sto-

re opmærksomhed har fået ministre, kendisser og 2.500 andre til at stå i kø for at få lov til at være med næste år, og hele overskuddet går til Børnecancerfonden.

Og så er ideen udviklet inde i virksomheden – det begyndte alt sammen ud på de små timer ved en julefrokost, hvor en medarbejder havde fået ordineret mere motion af sin læge. Man kunne jo også bare cykle til Paris, og da succesen begyndte at give overskud, har det siden gået til en afdeling for kræfttramte børn på Odense Universitetshospital. ■

## kom-dag'11

Se film med prisvinderne og de nominerede, læs pressemeddelelse og find meget mere materiale om årets bedste kommunikationsprojekter på [www.kommunikationsforening.dk/kom-dag](http://www.kommunikationsforening.dk/kom-dag)

