



FINALISTER GULD-M 2023

MÖTESPLATS STUDENTERNAS • 16 MARS 2023

VÄLKOMMEN TILL PRISUTDELNINGEN AV GULD-M 2023

OM GULD-M

Guld-M är Marknadsföreningen i Uppsalas årliga pris för att premiera, synliggöra och lyfta fram god kommunikation och marknadsföring som skett i eller har haft stark anknytning till Uppsala.

KRITERIER FÖR GULD-M 2023

- Bidraget ska ha skett i Uppsala och/eller ha en stark anknytning till Uppsala. Detta kan innebära att kommunikationen har producerats i Uppsala, att avsändaren är belägen i Uppsala, eller att kommunikationen skett specifikt i Uppsala.
- Kommunikationen ska ha genomförts under 2022 (gäller inte Årets hållbara).
- Insatsen ska ha påvisad positiv effekt och kreativ höjd.

JURY

Tävlingsbidragen bedöms av en oberoende jury. I kategorin Årets nykomling utses vinnarna av Marknadsföreningen i Uppsalas styrelse och Årets nykomling utses vinnarna av Marknadsföreningen i Uppsalas styrelse.



**ULRIKA RUNDLÖF
& ANDERS MELHUS**

Med traditionella tekniker formar och färgar Rundlöf & Melhus glaset till prydnads och bruksföremål. Ljus och reflektion, transparens och färgspel är viktiga ingredienser när dem skapar. Glasblåsarna Rundlöf & Melhus inspireras mest av glasmassan och dess egenskaper. Utnyttja glasets förmåga att släppa igenom ljus och reflektera ljus.

WWW.GLASBLASARNA.SE

ÅRETS NYKOMLING

Årets Nykomling är en person som varit yrkesverksam i max 3 år vid inskickandet av bidraget. Genom sitt arbete har personen skapat en genomtänkt och uttalad idé, strategi och/eller genomförande av en kommunikativ insats. Påvisat resultat och genomslagskraft i form av ökad efterfrågan på personens tjänster, produkter och/eller uppdrag premieras.

JURY

Styrelsen, Marknadsföreningen i Uppsala

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



JIMMY STOLPE

JESPER HOLM DESIGNSTUDIO

Från grundskisser till akryl och spraymålning - mitt i Uppsala stadskärna. Jimmy Stolpe, har med skicklighet varit ledande i arbetet av att måla en 20x10 meter stor mural på Stora Torget i Uppsala. Verket är unikt framtagen för att fånga sommarstaden Uppsala och utformningen bjöd in till interaktion där barn och vuxna lekte på verket tillsammans.



LUCIANO ANSOLEAGA LARRAMA

SÖDRA TORNET/SVENSK PR

AI-genererat material för att kommunicera framtidens kommunikationsbransch! Luciano Ansoleaga Larrama har under sin praktik på Södra tornet skapat ett kreativt koncept som speglar Stora PR-dagens tema om framtiden. Genom att faktiskt använda sig av den teknik som kommer spela en stor roll i morgondagens reklambransch och visa på dess kvalité förstärker han budskapet.



AMANDA MOBERG

KOMSON

Att förklara och visa upp komplex teknik på ett sätt så att det blir lätt att förstå är långt ifrån enkelt. Att dessutom anpassa filmens stil/design så att den passar inte bara ett varumärke utan två är inte heller det enklaste. Amanda Moberg har med snygga animeringar pedagogiskt visualiserat Diracs premiumljud och unika teknik i biltillverkaren NIOs nya elbil.



VIOLA NYGREN

QASE DIGITAL

Samspel mellan form, färg och typsnitt. Genom en väl planerad och noggrant gjord grafisk profil har Viola Nygren skapat en känsla av hållbarhet och natur, kvalitet och rörelse, något som verkligen representerar uppdragsgivaren: det nystartade bolaget Upplands-turen. Konceptet har varit högt hyllat av kunden - allt från designen till känslan.

ÅRETS CAJSA WARG

Årets Cajsa Warg är ett gott exempel på en marknadsföringsinsats där en individ, ett företag eller en organisation med små eller inga medel skapat goda resultat och uppnått effekt. Stor effekt med liten budget premieras.

JURY

Nina Åkerlund - Ordförande | MiH, Maria Wellving - Verksamhetsansvarig | MiH, Fredrik Landgren - Kassör | MiH

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



KLORHEXIDIN

**KREATÖR: DANIEL LUNDVALL,
ÅSA ÖSTERLUND NORDSTRÖM -
UPPDRAGSGIVARE - FRESENIUS KABI**

Med enkelhet och bild har Daniel Lundvall och Åsa Österlund skapat ett starkt visuellt budskap som alla kan förknippa sig med. Klorhexidin är en tvättlösning för utvärtes bruk som dödar eller hämmar tillväxten av olika bakterier, och bidraget gör en skicklig koppling till barnlek och plåster för att upplysa barnfamiljer om behovet av produkten.



FYRIS COMEDY

Med riktigt låg budget har Fyris Comedy skapat en 20 gånger så hög omsättning! Fyris Comedy är den enda fasta, fullt Uppsalabaserade stand up-klubben. I deras bidrag har de framgångsrikt involverat uppträdande komiker i framför allt reel-videos i sociala medier - och har genom det helt fyllt publikplatserna under fyra stand up-shower!



WASABI WEB KLANG

Liten budget och krav om tydligt mätbart resultat! Wasabi Web har genom skickliga söktermsval, noggranna och omfattande analyser levererat pricksäkra resultat med en låg budget, med ett ROI på 4 930 % för Klang Market i Uppsala innerstad.



WASABI WEB THE BEAUTY CULTURE WAY

Genom en grafisk identitet och ny hemsida har Wasabi Web skapat en WOW-känsla för skönhetskliniken - med liten budget. Genom att skapa en premium-känsla på hemsidan för skönhetskliniken, som därefter erbjuder prisvärda tjänster i jämförelse med konkurrenterna, har de ökat snitt-ordervärdet och gjort kunder positivt överraskade.

ÅRETS BYRÅ/ INHOUSEAVDELNING

Årets Byrå/Inhouseavdelning ska under det gångna året utmärkt sig och skapat goda resultat genom en väl planerad och genomförd kommunikation/marknadsföring internt eller externt. Tävlände ska i bidraget presentera tre kommunikations- eller marknadsföringsinsatser som genomförts under 2022 samt en kort beskrivning om den egna verksamheten.

JURY

Giselle Almonacid - Omnicom Marketing Director Stockholm, Tomas Lilja - PHD Media Head of Business Development Stockholm, Elin Gustafson - Head of Production, DRUM part of Omnicom

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



KOMSON

Kommunikationsbyrån Komson hjälper företag och organisationer med marknadsstrategi, Content Marketing, grafisk design, Social Media Management och event. Vi är en snäll byrå som genomför stora och internationella marknadsföringsinsatser tillsammans.



MATADOR KOMMUNIKATION

Matador skapar kommunikation som förändrar beteenden. Med hjälp av strategi, kreativitet och kunskap om hur och varför människor fattar beslut hjälper vi våra uppdragsgivare att förändra beteenden. Lång erfarenhet och samarbete med expertis inom beteendepsykologin gör att vi ökar effekten av de kommunikationsinsatser som genomförs.



JESPER HOLM DESIGNSTUDIO

Jesper Holm Designstudio är en designstudio i Uppsala, med fokus på hög kvalitet, stor lokal närvaro och sponsring till lokala företag och inkubatorer. Jesper Holm Designstudio arbetar främst med profilering av ägarledda små och mellanstora bolag, där design gör stor skillnad.



SÖDRA TORNET

Södra tornet är en syftesdriven kommunikationsbyrå som jobbar helhjärtat och målmedvetet för att göra samhället, och världen, till en bättre plats. Södra Tornet tror på kommunikation som en god kraft för att skapa positiv förändring, motverka orättvisor, upplysa och folkbilda. Tillsammans med våra kunder har vi under året bidragit till motivation, medmänsklighet och ett mer hållbart samhälle. Det är vi stolta över.

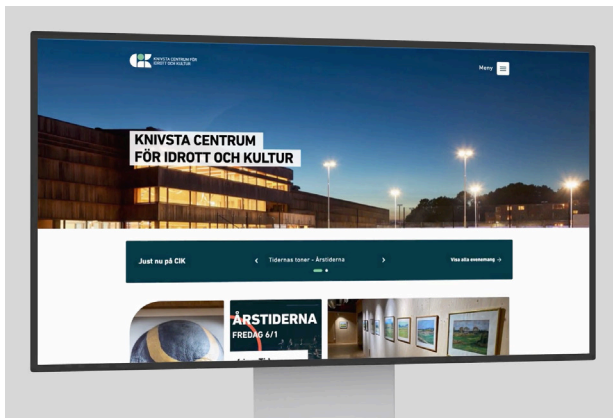
ÅRETS DIGITALA LÖSNING

Årets Digitala Lösning ska visa hur man har utnyttjat kraften och möjligheten i digital teknik, oavsett plattform, i sin kommunikation. Det kan vara en hemsida, interaktiva verktyg, interaktiva installationer eller applikationer. Kategorin innefattar även rörligt material som är anpassat till digitala plattformar.

JURY

Julia Lissel - Utbildare frontend Brobygrafiska, Synne Nyland - Head of Communication The Swedish Cider Company, Josefine Johansson - Senior Förpackningsdesigner Goldstorm, Caroline Blomberg - Digital Kommunikations- och Marknadsföringsansvarig på Testhuset.

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



MATADOR

CIK WEBBPLATS - CENTRUM FÖR IDROTT OCH KULTUR I KNIVSTA

Matador har för webbplatsen för CIK i Knivsta producerat en formgivning som bygger på den grafiska profilen som extraherar olika delar av husets formgivning. På så sätt blir det en mer lockande och mindre fyrkantig upplevelse än genom traditionell formgivning. En del av den kreativa höjden är också möjligheten att söka event i olika kategorier som hjälper varje potentiell besökare att snabbt hitta det man är intresserad av.



**Sluta ghosta
dina känslor**

MATADOR

UNGDOMSMOTTAGNINGEN DALARNA

Matador fick i uppdrag av Ungdomsmottagningen i Dalarna att locka fler killar till att besöka ungdomsmottagningen. Med hjälp av fokusgrupper fick de underlag för att producera en kampanj på TikTok med olika budskap för att skapa hög igenkänningsfaktor hos målgruppen.



WASABI WEB

GRAMMIS.SE

Wasabi Web fick i uppdrag att paketera och producera hemsidan för Sveriges äldsta och största musikpris. Med videobanner för att visa artistvideos, en bra arkiv-funktion för tidigare vinnare, samt en extremt snabbaddad hemsida med 100% i Page-speed har den nya hemsidan för grammis.se krossat samtliga KPI:er jämfört med tidigare hemsida.



ANIMECH

MÖBELVERKSTAN INR

Animech har återigen flyttat fram nivån av visuell kvalitet i kombination med användarvänlig hantering av komplexa val inom badrumsförsäljning. Den kreativa höjden är genomgående för hela arbetet, både på ett visuellt plan men också utifrån ett tekniskt perspektiv. Det har varit en kreativ resa från början till mål.

ÅRETS HÅLLBARA

Årets Hållbara är en kommunikations- eller marknadsföringsinsats som fokuserar på att göra världen lite bättre. Budskapet och målsättningen med insatsen ska visa på hållbarhet utifrån en eller flera av de tre hållbarhetsperspektiven; social, ekologisk och ekonomisk. Insatsen ska ha genomförts under de senaste 10 åren men bidraget ska då ha genererat en kontinuerlig effekt som påvisats även 2022.

JURY

Nina Åkerlund - Ordförande | MiH, Maria Wellving - Verksamhetsansvarig | MiH, Fredrik Landgren - Kassör | MiH
Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



MATADOR

CIRKULÄRT UPPSALA/UPPSALA VATTEN

Uppsala Vatten har som mål att sorteringen av restavfall ska minska med 25 % t o m 2025, samt minska hushållens vattenförbrukning. För att öka motivationen hos uppsalaborna valde Matador att koppla budskapen till lokala kända platser och göra både avfall och vatten så verkligt i bildlösningarna att de skulle ge en känslomässig upplevelse. Kommunikationens förmåga att beröra ökar om budskapen påverkar både kunskapsmässigt och emotionellt.



KOMSON

HÅLLBART ENTREPRENÖRSKAP 2030

Uppdraget var att ta fram 2 minuter lång kampanjfilm för att sprida medvetenheten om Upplandsbygds utvecklingsprogram Hållbart Entreprenörskap 2030, och på så sätt få fler ansökningar inför 2023 års program. Det grafiska manéret baserades på Upplandsbygds grafiska profil. Genom kampanjfilmen och reportagen har fler fått upp ögonen för deltagarnas verksamheter och förstått vikten av de val vi själva gör.



MATADOR

INFORMATIONSSATSNING MOT HEDERS-RELATERAT VÅLD OCH FÖRTRYCK

Matador skapade en kampanj som väcker uppmärksamhet. Genom att jobba med text- och bildlösningar lyckades Matador skapa ett budskap som väcker känslor. Bilderna är hårt beskurna och låter mottagarens fantasi bygga på vem personen på bilden är. Bildspråket stärker känslan av hopp. I den här kampanjen ville Matador ge kunskap om den nya lagstiftningen, ge hopp, mod och kraft.



SÖDRA TORNET

TEACH FOR SWEDEN

Teach for Sweden arbetar för att alla barn i Sverige ska kunna välja sin egen framtid. Utformningen av annonserna som Södra tornet har gjort för Teach for Sweden ligger i linje med hur Teach for Sweden vill uppfattas. Den kreativa idén bygger på helsidesannonser i SvD, utformade som brev till högstadiel elever. Genom att kommunikationen talar till barnen har vi gett politiker, ledare och akademiker insikt om både barnens och samhällets utmaningar och framtid.

ÅRETS DESIGN

Årets Design är en specifik design som visar på hög hantverksskicklighet och kreativitet. Exempel på bidrag är grafisk design, formgivning och/eller visuell kommunikation. Analogt eller digitalt.

JURY

Björn Carlsson, Stockholm, Forefront, Senior Visual/UX Designer, Markus Majjala, Stockholm, Forefront, UX Designer, Daniel Mair, Stockholm, Forefront, strategic design lead, Martina Lundgren, Marketing Director, Columbus

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



MATADOR

CENTRUM FÖR IDROTT OCH KULTUR I KNIVSTA (CIK)

CIK, är ett allaktivitetshus på 15 000 kvadratmeter i Knivsta. Med utgångspunkt i idrottens olika linjeringar och kulturlivets olika former har Matador gjort en identitet som kombinerar de två i ett organiserat kaos av färg och form. Tanken var att ge CIK ett säregnet uttryck som passar alla åldrar, signalerar glädje och är inbjudande, och som kan användas på lite olika sätt beroende på vad man ska marknadsföra.



JESPER HOLM DESIGNSTUDIO

WHISKYKAFFE/UPPSALA KAFFEROSTERI

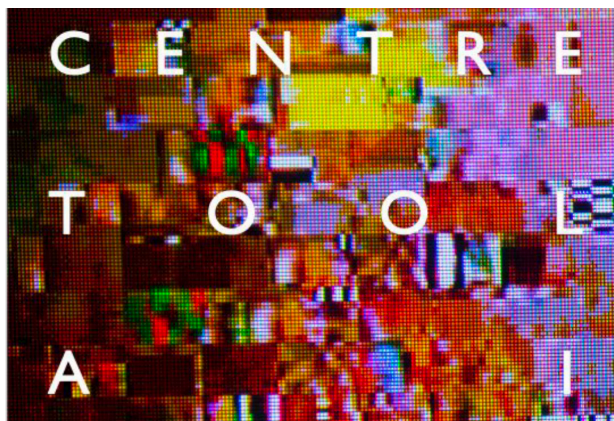
Designen togs fram med utgångspunkt i den unika lagringsprocessen och resulterade i en dryckes-babushka, där man kan följa lagringarna på fatet direkt på själva etiketten. Färg och form sattes i mötet mellan det strama och lekfulla, precis som kaffet självt. Designen visar tydligt hur produkten är uppbyggt, en tuff utmaning i det lilla formatet. Samtidigt ska den säljas, och behöver därför se estetiskt tilltalande ut för målgruppen.



MATADOR

CIRKULÄRT UPPSALA PÅ ALLT LJUS PÅ UPPSALA - UPPSALA VATTEN

Allt ljus på Uppsala är en festival som genomförs varje år i november. Festivalen bygger på olika verk som bygger på ljusupplevelser. Matador sökte därför ett samarbete med konstnären Erik Hedman, för att på ett oväntat sätt låta ett konstnärligt verk öka motivationen att öka källsorteringen av plastförpackningar. Verket bygger på den mängd plastförpackningar som en familj med fyra personer genererar under nio månader.



ZELLOUT

CDHU, UPPSALA UNIVERSITET

CDHU (Centre for Digital Humanities) är en del av Uppsala universitet som erbjuder forskare inom Humaniora en enklare väg till det digitala verktyget. Designen som Zellout har skapat är en färgsprakande flirt med den digitalisering vi en gång klev in i, när pixlarna skapade en brygga in i en ny värld. Lösningen visar på lika delar "ofarlig" lekfullhet och ett brett perspektiv på de nya möjligheter som digitalisering kommer med.

ÅRETS KAMPANJ

Årets Kampanj ska ha skapat goda resultat genom en väl planerad och genomförd kommunikations- eller marknadsföringsinsats. Kampanjen har gått under en tidsbestämd period, där man nyttjat en eller flera kanaler i syfte att sälja till exempel en produkt eller tjänst, påverka opinionen eller sprida information.

JURY

Marknadsföreningen MIM. Malmö. Michaela Persson - Ledarutvecklare. Arbetar med ledarutveckling.
Pia- Karin Åkesson VD på ID kommunikation. Melinda Lindh Nilsson som är Marketing Manager för Efficacy.
Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



UPPSALA KOMMUN

STÖTTANDE MEDMÄNNISKOR

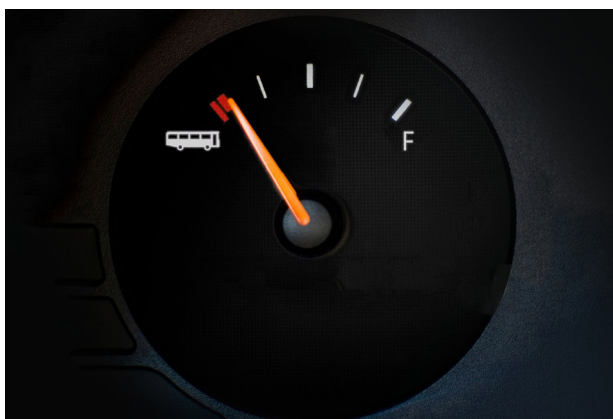
Undersökningar visade att många tycker att uppdrag att stötta medmänniskor är tungt. Därför skapade Uppsala kommuns egna kommunikationsavdelning kampanjen Stöttande medmänniskor. Syftet med kampanjen var att driva trafik in till sidan jagbryrmig.se och förmedla att arbetet inte behöver vara så tungt.



SÖDRA TORNET

SOCIALSTYRELSEN, KÄRLEK SKA INTE GÖRA ONT

Socialstyrelsen har tagit fram ett utbildningsmaterial riktad till hälso- och sjukvården samt socialtjänsten som hanterar nya arbetssätt, tankar och känslor kring hur man arbetar och fångar upp människor som blir utsatta för våld och förtryck från familjen, partnern eller någon annan närstående. I det här uppdraget fick Södra tornet i uppdrag att hitta ett kommunikationskoncept som sticker ut, skapar engagemang och väcker känslor.



MATADOR

DALATRAFIK DRIVMEDEL

De ökade drivmedelspriserna har för många inneburit stora ekonomiska problem. Matador fick i uppdrag av Dalatrafik att hitta ett sympatiskt tonläge för att förändra attityden till att resa med buss, samt öka försäljningen av periodkort och autogirokort - vilket kampanjen har uppnått.



MATADOR

HEDERSRELATERAT VÅLD OCH FÖRTRYCK

Matador fick i uppdrag att skapa en kampanj med syftet att öka kännedomen om hedersrelaterat våld och förtryck hos de tre huvudmålgrupperna, de som är utsatta, anhöriga och yrkesverksamma, med målet att kunna undvika att barn och unga utsätts för hedersrelaterat förtryck och våld.

ÅRETS RÖRLIGA

Årets Rörliga ska genom gott hantverk med rörlig media visualisera budskap, fakta eller data på ett sätt för att få resultat att bli intressant, estetiskt tilltalande och lätt att ta till sig. Exempel på bidrag kan vara film/rörlig media med kommunikativt eller marknadsföringssyfte.

JURY

Julia Lissel - Utbildare frontend Brobygrafiska, Synne Nyland - Head of Communication The Swedish Cider Company, Josefine Johansson - Senior Förpackningsdesigner Goldstorm, Caroline Blomberg - Digital Kommunikations- och Marknadsföringsansvarig på Testhuset.

Den oberoende jurygruppens arbete har gått ut på att, utifrån tävlingens kriterier, nominera fyra finalister samt utse och ge en motivering till vinnaren.



SÖDRA TORNET

VISA DIN VILJA I DONATIONSREGISTRET

Socialstyrelsens uppdrag till Södra tornet var att få dem som redan är positiva till donation av organ och vävnader att komma till skott och registrera sig i donationsregistret, samt att berätta för sina närstående om sitt beslut. Filmens roll var att skapa känslor och förstå hur viktigt och samtidigt hur enkelt det är att registrera sig i donationsregistret. En kampanj som uppmanar till omtanke, och att visa din vilja.



MATADOR

GRÄNSLÖS FOTBOLL, LÄNSFÖRSÄKRINGAR

Socialstyrelsen har tagit fram ett utbildningsmaterial riktad till hälso- och sjukvården samt socialtjänsten som hanterar nya arbetssätt, tankar och känslor kring hur man arbetar och fångar upp människor som blir utsatta för våld och förtryck från familjen, partnern eller någon annan närstående. I det här uppdraget fick Södra Tornet i uppdrag att hitta ett kommunikationskoncept som sticker ut, skapar engagemang och väcker känslor.



MATADOR

VATTEN, AVLOPPSRENING OCH MILJÖ - SÅ FUNKAR DET". KÄPPALAFÖRBUNDET

Käppalaförbundet behövde ta fram en film för studiebesök från skolor. Eleverna får lära sig om dricksvattnets betydelse, vattnets väg från Mälaren till Östersjön, vikten av avloppsreningsverk och hur det fungerar. Filmens dramaturgi, uttryck, mix av animationer och spelfilm i både historiska miljöer och studio samt oväntade effekter skapar en film som blir pedagogisk, intressant och rolig att titta på för kräsna mellanstadieelever.



SÖDRA TORNET

KÄRLEK SKA INTE GÖRA ONT

För de flesta är ett hem en trygg plats, och kärlek något positivt. Men inte för alla. Med ett skickligt grundkoncept och skarpa illustrationer visar Södra tornet på en annan verklighet och når rakt in i hjärtat. Samtidigt lyfter konceptet tydligt Socialstyrelsens arbete kring att arbeta med och fånga upp människor som blir utsatta för våld och förtryck från närstående. Du är viktig och kan hjälpa.



GRETCHEN

ROBERT / GRETCHEN • ROBERT AUG

Hundranittiofem centimeter glamour med en tunga lika vass som hennes klackar. Gretchen är den sprudlande primadonnan som sätter färg på Guld-m 2023 och står för underhållningen.

+46 (0)707-692574

Website: <http://gretchen.se>

Facebook: <https://www.facebook.com/PlanetGretchen>

Twitter/Instagram: @planetgretchen

Snapchat: Gretchensweden



FOTOGRAF

OSCAR AGIUS



PRODUKTIONSLEDARE/ TEKNIKER

TIMOTHY EDWARDS

Tim kunde försvinna dagar i sträck under sin barndom och återfanns ofta längst in i morfars garage bland skruvdragare, lödkolvar och bandsågar. Där i mörkret stod han och modifierade allt från tandläkarborrar till radiostyrda glassmaskiner utan att han eller familjen hade någon aning om vart allt skulle leda. Idag kan vi alla skatta oss glada för att det där garaget fanns eftersom det nu betyder att vi får förstklassiga ljud- och ljusupplevelser på evenen han ansvarar för. timothy@eq18.se



DJ

MAGDA NILSON



VARFÖR MIU?

Som medlem i marknadsföreningen får du tillgång till inspirerande, lärorika och kostnadsfria frukost- och lunchföreläsningar med aktuella föreläsare inom marknadsföring, reklam, kommunikation, varumärkesbyggande och försäljning. Vi stärker medlemmarna i sin yrkesroll genom bidra till kontinuerlig kompetensutveckling genom föreläsningar men framför allt vara en plats för gemenskap, nätverkande och utbyte av idéer.

STORT TACK TILL VÅRA PARTNER!

NTM MEDIA SÖDRATORNET ZELLOUT.

 Jesper Holm
Designstudio

fyr
tryck EST 1945

 Kph Print

SPONSORSAMARBETEN

Triller
MAT OCH BRÖD

SALUHALL.SE

ICA
KVANTUM
GRÄNBY



 Jesper Holm
Designstudio

 Kph Print

fyr
tryck EST 1945

NTM MEDIA SÖDRATORNET ZELLOUT.

LÄNNABRUK
DRYCKESHANDEL

m. MARKNADS- FÖRENINGEN I UPPSALA

MiU är ett nätverk och en mötesplats för alla i Uppsala län som på något sätt arbetar med eller är intresserade av marknadsföring, försäljning, kommunikation och PR. Som medlem hos oss får du ett smörgåsbord av föreläsningar och workshops. Vi vill genom medlemskapet stärka medlemmarna i sin yrkesroll och bidra till kontinuerlig kompetensutveckling genom föreläsningar men framför allt vara en plats för gemenskap, nätverkande och utbyte av idéer. Vi fungerar också som en plattform för att knyta kontakter och skapa affärer.