



EMPLOYER BRANDING
AWARD

EMPLOYER BRANDING AWARD 2025

MAGYAR PUBLIC RELATIONS SZÖVETSÉG

PÁLYÁZATI KIÍRÁS

1. A Pályázat Kiírója

A Pályázat Kiírója, az MPRSZ a magyarországi PR-szakma érdekképviselői, szakmafejlesztő és szolgáltató civil szervezete. A szövetség 1990-ben alakult, több, mint 200 tagja között szabadúszó PR-szakemberek, ügynökségek, vállalati tagok, civil szervezetek, valamint egyetemi oktatók és társadalomkutatók is képviselik magukat.

Az MPRSZ az International Communication Consultancy Organisation (ICCO) és a Global Alliance (GA) tagja, valamint stratégiai partnere a Chartered Institute of Public Relations (CIPR) és az International PR Association (IPRA) szervezeteknek is.

2. Az Employer Branding Award missziója

Egy vállalat, szervezet csakis akkor tud hatékonyan működni, ha tehetséges, elkötelezett munkatársakat foglalkoztat, ennek biztosítása pedig nagy kihívást jelent egy olyan munkaerőpiacon, ahol erős a verseny. A legjobbakat csakis úgy tudjuk bevonítani és főképp hosszú távon megtartani, ha folyamatosan építjük a munkáltatói márkát, ha munkaadóként nem csak beazonosíthatóak vagyunk, hanem igazodunk a jelenlegi és a potenciális munkavállalói elvárásokhoz is.

Az employer branding – amit gyakorlatilag a HR és a kommunikáció szoros együttműködése működtet egy külső-belső szemmel is vonzó munkahely megteremtése érdekében - mára már túllépett a „nice to have” kategórián, és a vállalati működés szerves részévé vált.

A Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) által immár nyolcadik alkalommal meghirdetett Employer Branding Award célja, hogy elismerje és díjazza a legjobb munkáltatói márká-építő stratégiákat és aktivitásokat, és ezek széles körű bemutatásával, pozitív példákkal és inspiráló ötletekkel segítse a szakmát.

Az Employer Branding Award célja továbbá, hogy láthatóvá tegye a munkáltatói márká üzleti értékteremtését és díjazottjai által elismerje a mérhetően eredményes employer branding kezdeményezéseket. Munkáltatói márkája akkor is van egy vállalatnak, ha nem foglalkozik vele tudatosan. 2024-ben már nem elég „csak” jó munkahelynek lenni, annak is kell látszani.

3. Nevezési díj és határidő

Nevezési díj:

Az EBA 2025 pályázat nevezési díja: 66 000 Ft + Áfa

Early bird: 52.800 Ft + Áfa / pályázat

Normál nevezési díj: 66.000 Ft + Áfa / pályázat

Late entry: 79.200 Ft + Áfa / pályázat

Kedvezmények MPRSZ tagok számára:

- MPRSZ tagok 20% kedvezményt kapnak minden pályázatra a normál és a late entry időszakban egyaránt.
- 10 pályázat felett további extra 10% kedvezmény jár a teljes nevezési díjból.

Kedvezmények nem szövetségi tagok számára:

- 3. nevezéstől minden további pályázatra 10% kedvezményt biztosítunk.
- 6. nevezéstől minden további pályázatra 20% kedvezményt biztosítunk.
- 10 pályázat felett további extra 10% kedvezmény jár a teljes nevezési díjból.

A kedvezményeket automatikusan érvényesítjük a jelentkezés során.

Amennyiben a nevezési díj nem érkezik meg 2025. október 16-ig, a pályamunka nem kerül a zsűri elé. A nevezés megrendelésnek minősül, így fizetési kötelezettséggel jár.

Dátumok:

Pályázati kiírás: 2025. augusztus 7.

Early bird időszak: 2025. augusztus 7 – szeptember 7.

Normál nevezési időszak: 2025. szeptember 8 – október 8.

Late entry: 2025. október 9 – 16.

Shortlist eredmény: 2025. november 5.

Shortlistes pályázatok élő prezentációja: 2025. november 12. 9.00

Eredményhirdetés: 2025. november 27.

A pályázat eredményét a 2025. november 27-én rendezendő díjátadó gálán jelentjük be. A díjazottak nevét és pályamunkáit közzétesszük az MPRSZ honlapján, valamint az EBA honlapján és az MPRSZ közösségi média oldalán is.

4. Ki pályázhat?

Pályázó lehet minden olyan, Magyarországon bejegyzett PR-/Employer Branding-ügynökség és szervezet (vállalat, civil szervezet, állami, egyházi vagy önkormányzati intézmény, külön vagy együtt), illetve magánszemély, amely/aki 2024. július 1. és 2025. június 30. között a pályázati kiírásnak megfelelő PR-aktivásban részt vett (a továbbiakban: "Pályázó"). A Pályázat Kiírója nem fogad el politikai és/vagy pártokhoz kötődő kampányokat.

Amennyiben a pályázatban szereplő aktivitás közreműködő (pl. ügynökség) bevonásával valósult meg és a pályázatot az abban részt vevő felek közösen nyújtják be, úgy a Pályázónak a pályázati adatlapon társpályázóként meg kell jelölnie a közreműködő(ke)t is az elérhetőségeikkel együtt (a továbbiakban: "Társpályázó(k)"), és jogszavatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy a pályázat benyújtásakor a Társpályázó képviselőjére jogosult, illetve a Társpályázó a pályázat benyújtásához hozzájárult.

Amennyiben a közreműködővel megvalósított PR-aktivitást a Pályázó önállóan – társpályázók feltüntetése nélkül – kívánja benyújtani, úgy a Pályázónak jogszavatosság vállalása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy jogosult a Pályázatot önállóan benyújtani.

Pályázó teljes körű kártérítési felelősséget vállal arra az esetre, amennyiben fenti jognyilatkozata(i) a valóságnak nem felelnek meg.

A nevező felel a pályázati úrlapon megadott adatok valódiságáért.

A EBA 2025 díjpályázaton helyezés elérése, illetve a Kreatív Magazin APEX PR Toplistáján való pontszerzés feltétele a pályázói, társpályázói, megbízói minőség.

A EBA 2025 díjért kapható APEX PR Toplista pontok a társpályázók között a nevezési úrlapon feltüntetett arányban, illetve ennek hiányában egyenlő arányban oszlanak meg, amennyiben a pályázó a megbízót nem tüntette fel, akkor a megbízó nem kap pontot.

5. Pályázati anyagok felépítése

A pályázatban az alábbi egységeket kérjük elkülöníteni:

- a) Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/koncepció a pályázó önálló szellemi terméke-e, illetve, hogy a pályázati feltételeknek megfelel.
- b) Alaphelyzet bemutatása, üzleti és employer branding kihívások
- c) Az employer branding aktivitás célja és célcsoportok bemutatása.
- d) A stratégiaalkotás és operatív megvalósítás összekapcsolása: módszerek, eszközök, analízis-kutatás-elemzés, külső – belső aktivitások csatornái, eszközei és időzítésük, wellbeing aspektusok: munkakörnyezet szerepe a bevonzásban és megtartásban, DEI és ESG témák.
- e) Jó példák az integrált employer branding együttműködésre: a HR-, a kommunikációs és a marketingosztály, üzleti területek stb között, valamint a vezetői bevonásra.
- f) Innovatív megoldások kiemelése, kontextusa
- g) EB kihívásokra adott válaszok összegzése és legnagyobb sikerek kiemelése
- h) A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért üzleti eredmények részletes bemutatása

- i) A kitűzött célok elérésének értékelése, mérhető üzleti eredményekkel összekötve.
- j) A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei

Pályázható kategóriák:

Területek alapján:

- a) Stratégia (lokalizáció, saját fejlesztés), EVP, Integrált EB stratégia (tartalmaz engagement, recruitment, on- és offboarding, weboldal, stb. elemeket)
- b) Digitális kommunikáció (AI-vezérelt eszközök használata a megvalósításban, social media terv és megvalósítás, podcastok/videocastok, TikTok, Insta csatornákon kommunikáció stb.)
- c) Storytelling, Ambassador program recruitment (belső kommunikációs vonatkozások)
- d) Társadalmi kommunikáció / Közérdekű ügyek kezelése / Társadalmi hatás / DEI kezdeményezések
- e) Fenntarthatóság, környezetvédelem
- f) Kis költségvetésű (3M Ft büdzsé alatti) kampányok (earned PR, szinte ingyenes kampányok)
- g) Friss diplomás, legjobb gyakornok program, Z –generációnak szóló kiemelkedő, egyedi és eredményes EB kezdeményezések

Iparágak alapján:

- h) Mezőgazdaság, élelmiszeripar
- i) Egészségügy, gyógyszeripar
- j) Energiaipar, energetika
- k) Építőipar, ingatlan
- l) Pénzügyi szektor, bank, biztosítás
- m) KKV / Startup
- n) Szállítás, közlekedés, logisztika
- o) Turizmus, Vendéglátóipar, idegenforgalom, HORECA
- p) FMCG Retail, kereskedelem
- q) Gépgyártás, autóipar, ipari termelés

- r) Média, marketing, szórakozás, sport
- s) Non-profit, civil szféra, művészet, kultúra
- t) Technológia, Telekommunikáció, IT
- u) Közigazgatás, kormányzati, állami intézmény
- v) Üzleti szolgáltató központok (SSC, BSC)
- w) Tanácsadás

A kiosztott díjak a kategóriákon kívül:

- Az Év Employer Branding Megbízója Díj
- Az Év Employer Branding Ügynöksége Díj
- Innovatív, digitális megoldások/Az újdonság ereje Díj
- A legkisebb költségvetésű, de a leghatékonyabb megoldásokat hozó pályázat
- Fődíj

6. Pályázat benyújtásával kapcsolatos tudnivalók

A pályázat nyelve magyar. A pályázati anyag kizárólag a honlapon található űrlap kitöltésével nyújtható be. Minden, az űrlapon bejelölt kategória külön nevezésnek minősül.

A pályázati anyag – egy darab, legfeljebb 25 slide-ból álló prezentációs anyag PDF formátumban. Ebben helyezték el az esetleges illusztrációs anyagokat vagy videó(k)ra mutató linke(ke)t is, a nagy terjedelmű fájlok esetében használjátok a WeTransfer szolgáltatást, és a honlapon található űrlapon adjátok meg a feltöltött anyagok elérhetőségének linkjét, beállítva ezen legalább 7 napos elérési időszakot.

Minden leadott pályázat mellé be kell adni egy kb. 300-500 karakteres összefoglalót a pályázati anyagról, annak lényegi tartalmáról. A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveik összefoglalóját az MPRSZ a honlapján közzé tegye, ha a pályamű shortlistre kerül. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessetek, amelyek nyilvánosak.

Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy a terjedelmi korlátot meghaladó, vagy nem a megadott felépítésben beadott pályázatokat a versenyből kizárja. Amennyiben a benyújtott pályázat pótolható hiányt tartalmaz, úgy az MPRSZ – 2 napos határidő tűzésével – **hiánypótlásra hívja fel a Pályázót**. A hiánypótlási határidő elmulasztása esetén az MPRSZ a rendelkezésre álló információk alapján értékeli a pályázatot.

A határidőn kívül érkezett pályázatokat nem tudjuk elbírálásra befogadni.

A nevezési díjak visszatérítésére nincs mód.

7. Zsűrizés

A szakmai zsűri két részből áll, előzsűriből és főzsűriből, a bírálat első körben online rendszerben zajlik. Az előzsűrizés során az előzsűri tagjai meghatározott értékelési szempontok alapján állítják össze a shortlistre kerülő pályamunkák listáját.

A zsűri fenntartja magának a jogot, hogy az egyes pályázatokat indoklás nélkül másik kategóriába soroljon át.

A shortlistre került pályaműveket a pályázók egy előre kihirdetett időpontban 3 percen belül prezentálják a főzsűri és a nézők előtt. A főzsűri maximum 3-3 pontot ad a pályázat hitelességére és a prezentáció módjára, majd dönt a végeredményről.

A shortlistre nem felkerült pályázók, az előzsűrizést követően egy írásos összefoglaló visszajelzést kapnak a pályázati anyaguk pontszámáról, kategóriánként (stratégia, kreativitás, eredményesség). A visszajelzés tartalmazza a zsűri írásos kommentjeit, beépíthető javaslatokat, konstruktív visszajelzéseket. A shortlistre került pályázók a részletes visszajelzést a díjátadó után kapják meg.

Ha az adott kategóriában a beérkezett munkák színvonalát a zsűri nem ítéli megfelelőnek, akkor dönthet úgy, hogy nem oszt ki díjat.

A jóváhagyott zsűritagoknak a pontozásra és megjegyzésekre vonatkozó részletes irányelveket kell követniük, melyek a bejelentkezés után a zsűrizési felületen találhatók.

A zsűritagok nem használhatnak mesterséges intelligenciát (AI) vagy AI-eszközöket a nevezések kiértékeléséhez, sem teljes mértékben, sem részlegesen. Zsűritagok által írt megjegyzéseket nem készítheti mesterséges intelligencia. E szabályok megsértése – még annak gyanúja is – a zsűrizési jogosultság azonnali felfüggesztését vonja maga után.

A prezentáció nyilvános esemény, amelyen bárki részt vehet. A rendezvény az MPRSZ tagjainak és a pályázóknak ingyenes, más érdeklődőnek 3.500,- Ft +Áfa/fő.

A változtatás jogát fenntartjuk!

8. Értékelési szempontok (0-100, shortlist 65 pont felett)

30 pont STRATÉGIA

a) Üzleti stratégiai illeszkedés – 0–10 pont

Mennyire világosan mutatja be a pályázat, hogy az aktivitás:

- konkrétan mely üzleti célhoz (pl. növekedés, diverzitás, új piac, belső hatékonyság) kapcsolódik
- milyen mérhető eredménnyel keresztül támogatja azt (pl. konverzió, belső mobilitás, fluktuációcsökkentés)

b) HR stratégiai illeszkedés – 0–8 pont

Kapcsolódik-e a program a HR stratégia vagy évterv fókuszterületeihez, pl:

- employer branding stratégia céljai (pl. awareness, belső bevonás, megtartás)
- kulcs kihívás azonosítása vagy célcsoport definiálása
- megtartás, belső kommunikáció vagy DEI stratégia támogatása

c) Vezetői támogatás és bevonás – 0–7 pont

Van-e bizonyítható:

- vezetői szintű támogatás (pl. stakeholder-interjú, felsővezetői videó)
- aktív részvétel (pl. belső kommunikációban szereplés)
- döntéshozói szerep a projektben

d) Integráltság – 0–5 pont

A projekt:

- önálló program volt, vagy része egy nagyobb vállalati/kommunikációs/hálózati rendszernek?
- mennyire volt integrált a marketing, PR, belső kommunikáció, CSR, vagy toborzás rendszerébe?

• 30 pont MEGVALÓSÍTÁS, KREATIVITÁS

a) Kreatív ötlet és újszerűség – 0–8 pont

Mennyire tekinthető az aktivitás:

- egyedi megközelítésnek a piacon vagy iparágon belül?
- hoz-e friss, nem sablonos formát, eszközt, koncepciót?
- kapcsolódik-e valós insighthoz vagy szervezeti kontextushoz?

b) Kivitelezés minősége – 0–7 pont

Milyen szinten valósult meg a tartalom és forma?

- vizuális megjelenés, UX/UI,
- szövegírás, digitális tartalom minőség
- esztétika, technikai minőség

c) Célcsoport bevonása – 0–5 pont

Mennyire vonódott be a célcsoport:

- munkavállalók, belső influenszerek, nagykövetek
- volt-e szavazás, visszacsatolás vagy egyéb aktív részvétel?

d) Csatorna- és eszközhasználat – 0–7 pont

Mennyire tudatos és hatékony a csatornaválasztás:

- többcsatornás, integrált jelenlét
- csatornához illesztett kreatív mutációk használata
- célcsoport médiahasználatához illeszkedő eszközválasztás

e) Projektmenedzsment – 0–3 pont

Mennyire volt strukturált a megvalósítás?

- időzítés, mérföldkövek, roadmap
- partnerek összehangolása,
- résztvevők és felelősségeik.

40 pont EREDMÉNYESSÉG

a) Üzleti eredmények – 0–10 pont

Milyen mértékben járult hozzá az aktivitás kimutatható üzleti célokhoz?

- ROI, költségcsökkentés, bevételnövelés
- vezetői vagy szervezeti döntések befolyásolása
- bármilyen monetizálható eredmény

b) HR-hatékonyság – 0–10 pont

Milyen változást ért el a projekt a HR-folyamatokban vagy mutatókban?

- jelentkezők száma és minősége (pl. releváns jelöltek aránya)

- felvételi arány, time-to-hire, belső ajánlások száma
- employer brand ismertség növekedése célcsoporton belül
- megtartás, fluktuáció

c) Kommunikációs teljesítmény – 0–10 pont

Mennyire volt hatékony a kampány kommunikációs szempontból?

- elérés, engagement rate, megosztások, átkattintások
- earned media (sajtómegjelenések, organikus reakciók)
- csatornánkénti konverzió (pl. karrieroldal látogatás, jelentkezés)

d) Mérés és transzparencia – 0–10 pont

Mennyire volt a projekt eredményes:

- konkrét mérőszámokkal alátámasztott (nem csak vélemény vagy érzés)
- átlátható módon bemutatott (előtte–utána típusú összehasonlítás)
- időben tagolt: rövid, közép- és hosszú távú hatás elkülönítve

9. Összeférhetetlenség

A zsűritagok összeférhetetlenségének elkerülése érdekében minden zsűritag elfogadja és betartja az MPRSZ Etikai kódexét. Az MPRSZ célja, hogy kiváló magyar employer branding szakemberek közösségét kérje fel a zsűrizésre, ezért óhatatlanul is előfordulhat, hogy olyan pályamunka is a zsűri elé kerül, amelyben valamelyik zsűritag érintett.

Összeférhetetlenségnek minősül különösen, de nem kizárólagosan az alábbi esetek bármelyike:

- a zsűritag jelenlegi munkahelye a pályázó szervezet,
- a zsűritag korábbi munkahelye a pályázó szervezet (az elmúlt 3 éven belül),
- a zsűritag közeli hozzátartozója (pl. házastárs, élettárs, testvér, szülő, gyermek) a pályázó szervezetnél dolgozik,
- a zsűritag aktív üzleti kapcsolatban áll a pályázóval (pl. ügyfél, alvállalkozó, beszállító),
- a zsűritag más – pl. civil, szakmai vagy oktatási – szerepkörben együttműködik vagy kapcsolatban áll a pályázóval,
- a pályázó (pályázó megbízója) a megbízói oldalt képviselő zsűritag közvetlen versenytársa,

A zsűritagnak kötelessége haladéktalanul jelezni, amennyiben bármely nevezés kapcsán összeférhetetlenség áll fenn.

Amennyiben a zsűritag vagy az általa képviselt szervezet maga is nevezést nyújtott be, azt a tényt köteles jelezni a szervezők felé a következő címen: iroda@mprsz.hu. Ilyen esetben az adott pályázattal érintett kategóriákat eltávolítjuk a zsűritag értékelési köréből. Az érintett zsűritag az adott kategóriában nem szavazhat és az élő zsűrizés során sem vehet részt a kategória értékelésében, illetve nem vehet részt az élő prezentációk értékelésében sem. Az érintettséget a zsűri dokumentálja, és a kategória pályázói felé a pontszámok nyilvánosságra hozatalakor közli, hogy melyik zsűritag szavazhatott az adott kategóriában.

A zsűritagnak a bírálati munka megkezdése előtt írásos nyilatkozatot kell tennie arról, hogy nem áll fenn összeférhetetlenség, és hogy megértette és elfogadja a jelen irányelveket.

Amennyiben a zsűritag nem jelzi az összeférhetetlenséget, és az utólagosan kiderül, az MPRSZ az érintett személyt azonnal kizárja a zsűrizési folyamatból, valamint eltiltja minden jövőbeli MPRSZ által szervezett verseny zsűrijében való részvételtől is.

E szabályok célja a verseny tisztaságának, hitelességének és szakmai színvonalának biztosítása.

10. Jognyilatkozat

A pályázatra nevező szervezet (vállalat, civil szervezet, intézmény) illetve egyéb Pályázó (magánszemély, egyéni vállalkozó stb.) nevezésével tudomásul veszi, hogy az MPRSZ a nyertes pályaművek összefoglalóját közzéteszi a honlapján.

Pályázó ezért köteles egy 300-500 karakteres összefoglalót csatolni pályázatához, Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy ebben a részben csak olyan adatokat szerepeltessetek, amelyek publikusak.

A nevezés során a nevezéshez csatolt aktivitást megjelenítő szerzői jogi mű ("Mű") jogtulajdonosának, illetve a képviselőjében eljáró személynek az alábbiakról kell nyilatkoznia:

- A nevezést benyújtó személy jogosult a jogtulajdonos képviselőjében nyilatkozni a nevezett Mű, illetve a pályázati anyagban használt védjegy felhasználásának engedélyezésére vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében térben és időben korlátozott felhasználási jogot enged az MPRSZ-nek a Mű jelen Pályázati Kiírás szerinti felhasználására vonatkozóan.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében szintén engedélyezi, hogy az MPRSZ pályázati anyagban használt védjegyet a Pályázati Kiírásnak megfelelő célhoz kapcsolódóan felhasználja.
- A nevezést benyújtó személy a jogtulajdonos képviselőjében kijelenti és jogszavatossággal tartozik azért, hogy az általa benevezett Műben használt valamennyi szerzői és szomszédos jogi mű (pl. szereplők, irodalmi forgatókönyv, zene) tekintetében rendelkezik a jelen Pályázati Kiírás szerinti célnak megfelelő felhasználási engedéllyel, amelyekkel kapcsolatban a Mű szerzői vagy szomszédos jogi jogosultjainak díjigénye nincsen.
-

A jelen Pályázati Kiírásnak megfelelő célú felhasználás körébe az alábbiak tartoznak különösen:

- a zsűri tagjai általi megtekintésre történő felhasználás;
- a Mű vetítése a nyilvános prezentáción, illetve a díjátadón;
- a Mű nyilvános közzétételre szánt részletének közzététele az MPRSZ weboldalán és közösségi média oldalain, valamint az Employer Branding Award népszerűsítését célzó események, tevékenységek során.

11. Kapcsolat

Esetlegesen felmerülő kérdésekkel kapcsolatban Földes Veronika, az MPRSZ főtitkára áll rendelkezésre.

Mobil: +36 30 397 4176

E-mail: iroda@mprsz.hu

Honlap: [https://](https://www.employerbrandingaward.hu/) <http://www.employerbrandingaward.hu/>