

WKO 

WKNÖ Werbung &
Marktkommunikation

Werbung monitor

SONDEREDITION
GOLDENER HAHN 2026
NOMINIERTE





GOLDENER HAHN 2026

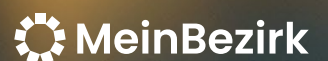
ECHT.GOLD.WERT



STADTHALLE YBBS

15. SEPTEMBER 2026

www.goldenerhahn.at



Editorial

Mit jeder Einreichung stellt sich die gleiche Frage: Welches Projekt schafft es, nicht nur aufzufallen, sondern nachhaltig zu überzeugen? Die Antwort darauf liefert der Goldene Hahn. Er ist seit über 40 Jahren das wichtigste Qualitätssiegel für kreative Kommunikation in Niederösterreich.

Wer für den Goldenen Hahn nominiert wird, gehört bereits zu den besten Kreativen Niederösterreichs. Denn hinter jeder Nominierung steht ein anspruchsvoller Bewertungsprozess, bei dem Idee, Strategie, Gestaltung und Wirkung aus unterschiedlichsten Blickwinkeln beurteilt werden.

Mit Jason Romeyko als Vorsitzendem der Fachjury wurde dieser Prozess heuer nochmals weiterentwickelt. Eine wesentliche Neuerung: Als international renommierter Art Director brachte er seine Expertise bereits in die Onlinejury ein und setzte damit zusätzliche Impulse für die weitere Bewertung. Auch die Onlinejury wurde heuer neu aufgestellt und mit weiteren Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Disziplinen verstärkt. Dieses Zusammenspiel verschiedener Perspektiven macht den Goldenen Hahn zu einem Wettbewerb, der kreative Exzellenz besonders fundiert bewertet. Hinzu kommt: Jedes eingereichte Projekt wird neunmal und unabhängig von unterschiedlichen Jurorinnen und Juroren bewertet, bevor es nominiert wird. Das sorgt für ein fundiertes, objektives und breit abgestütztes Ergebnis.

Fest steht: Der Goldene Hahn ist weit mehr als eine Auszeichnung für gutes Design oder gelungene Kampagnen. Er steht für kreative Leistungen, die Unternehmen weiterbringen, Marken stärken und nachhaltig Wirkung entfalten. Eine Nominierung ist deshalb bereits ein sichtbares Zeichen für außergewöhnliche Qualität. Kreative Kommunikation war schon immer mehr als schöne Gestaltung. Gerade in einer Zeit, in

der Inhalte in Sekunden entstehen und KI vieles automatisiert, gewinnen jene Qualitäten an Bedeutung, die nicht kopierbar sind. Deshalb haben wir den Goldenen Hahn 2026 unter das Motto **ECHT.GOLD.WERT** gestellt. **ECHT**, weil starke Kommunikation aus Vertrauen, Zusammenarbeit und einem tiefen Verständnis für Menschen und Marken entsteht. **GOLD**, weil außergewöhnliche Ideen Erfahrung, strategisches Denken und höchste kreative Qualität verdienen – und genau dafür steht der Goldene Hahn. **WERT**, weil gute Kommunikation Wirkung entfaltet: Sie stärkt Marken, schafft Sichtbarkeit und leistet einen messbaren Beitrag zum Erfolg von Unternehmen. **ECHT.GOLD.WERT** ist damit weit mehr als ein Motto. Es beschreibt die Werte, die den Goldenen Hahn ausmachen, und die Leistungen, die mit dieser Auszeichnung sichtbar werden. Diese Sonderedition widmet sich genau diesen Arbeiten. Sie präsentiert die Vielfalt, Innovationskraft und das hohe Niveau der niederösterreichischen Kreativbranche – und die Arbeiten machen deutlich, warum kreative Kommunikation heute wichtiger ist denn je.

Mein Team und ich gratulieren allen Nominierten herzlich. Wer am Ende den Goldenen Hahn mit nach Hause nimmt, entscheidet sich bei der Preisverleihung am 15. September in Ybbs.

Tauchen Sie jetzt ein: in die beeindruckende Vielfalt der nominierten Projekte.

Ihr
Andreas Kirnberger



Andreas Kirnberger
Obmann der WKNÖ
Fachgruppe Werbung und
Marktkommunikation

**Herzliche
Gratulation an
alle nominierten
Agenturen!**

**Immer TOP informiert bleiben,
jetzt unseren Kanälen folgen:**

 [t1p.de/3m697](https://www.linkedin.com/company/t1p.de/3m697)

 [t1p.de/clv2y](https://www.instagram.com/t1p.de/clv2y)

 [t1p.de/r4wo7](https://www.facebook.com/t1p.de/r4wo7)

 [t1p.de/2ze11](https://www.youtube.com/channel/UCt1p.de/2ze11)



Fachgruppen-Büro: Wir unterstützen und beraten dich!

*Professionelle Beratung für den Erfolg:
Wir kennen die Branche und legen den Fokus
auf individuelle Beratung und Unterstützung!*

Fachgruppen-
Ausschuss



Bezirksvertrauens-
personen (BVP)



Direkter Draht für den persönlichen Austausch

*Das Fachgruppenteam greift deine Anliegen auf
und setzt Brancheninteressen aktiv durch.*

service.werbemonitor.at

Inhalt

- 03 Editorial
- 05 Goldener Hahn: Mehrwert
- 06 Fachjury
- 08 Out of Home
- 10 Print
- 12 Digital
- 14 Bewegtbild
- 16 Event
- 18 POS | Messearchitektur
- 20 Verpackungsdesign
- 22 Grafikdesign
- 24 Eigenwerbung
- 26 Kampagne
- 28 Echtzeit-Community
- 29 Zehn Services
- 30 Versicherungen, die helfen

Die Reihenfolge der Projekte ist zufällig gewählt und stellt keine Wertung dar. Aus Platzgründen zeigen wir in jeder Kategorie nur einen Auszug der Originaltexte. Rechtschreib- und Tippfehler sowie die Kommasetzung haben wir still und heimlich korrigiert, aber gegenderte Passagen im Original belassen.

Mehr über die nominierten Arbeiten finden Sie online: t1p.de/dgv53

Was Sie gewinnen, wenn Sie gewinnen

Mehr als nur ein Preis

Der Goldene Hahn ist mehr als eine Auszeichnung. Er ist ein Qualitätssiegel für Kommunikation, die nicht nur gut aussieht, sondern messbar etwas bewegt. Zudem bringt er Sichtbarkeit für die Arbeit, stärkt das Standing am Markt und öffnet Türen zu neuen Kundinnen und Kunden. Ausgezeichnete Projekte zeigen, was Kommunikation kann, und genau das wird gesehen. Gleichzeitig wirkt der Landeswerbepreis nach innen: als Anerkennung für das Team, als Motivationsschub und als Beweis dafür, dass Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Unternehmen Wirkung zeigt.

Berichte und Werbung in Medien

Im Vorfeld des Goldenen Hahn wird intensiv kommuniziert: mit Berichten in verschiedenen regionalen und überregionalen Medien und natürlich ausführlich im Werbemonitor. Auf die Nachberichterstattung legen wir besonderen Wert! Jede und jeder, die bzw. der es vielleicht noch nicht weiß, soll davon erfahren. Weiters veröffentlicht die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zwei Sondereditionen des Werbemonitor – „Nominierte“ und „Gewinnerinnen und Gewinner“ –, in denen die Arbeiten, Agenturen sowie Auftraggeberinnen und Auftraggeber präsentiert werden.

Agenturporträts

Alle Siegeragenturen bekommen im Werbemonitor – Print und online – ein spannendes Porträt. Und das Beste: Der Onlinebericht bleibt auf goldenerhahn.at lange sichtbar und sorgt für anhaltende Aufmerksamkeit.

Social Media

In den sozialen Medien – Instagram, Facebook und LinkedIn – posten wir laufend rund um Themen wie Termine sowie Einreichfristen und veröffentlichen alle Nominierten pro Kategorie. Es gibt Postings während des Verleihungsevents, um die großartige Atmosphäre zu vermitteln und live zu berichten. In den Wochen nach dem Goldenen Hahn wird jede Gewinneragentur einzeln mit einem Agenturporträt vorgestellt.

Gala und Preisverleihung

Stilvoll wie immer – mit feinem Essen, tollem Programm und jeder Menge Wow-Momenten. Wir sorgen dafür, dass Gewinnerinnen und Gewinner, Kundinnen und Kunden sowie ihre Projekte im besten Licht stehen.

Überraschungssaktion

Als Bonus wartet auf jede Gewinnerin und jeden Gewinner eine besondere Überraschung – für noch mehr Präsenz in der Öffentlichkeit.

Siegervideos

Zu jedem Sieg gibt's ein professionelles Video – ausgespielt auf werbemonitor.at, dem YouTube-Kanal des Werbemonitor und im ORF Niederösterreich. Ein Clip, viele Bühnen!

Trophäen, Urkunden und Fotos

Nominierte und Gewinneragenturen erhalten eine Trophäe und wer mag, kann sich gleich ins beste Licht rücken – Fotos inklusive.

Es gibt Werbung – und es gibt Werbung

Jason Romeyko über den Mut zur Idee

Energie, Expertise und der Blick fürs Wesentliche: Jason Romeyko leitete als Vorsitzender die Fachjury mit großer Leidenschaft. Was ihm an den Einreichungen auffiel, warum der Goldene Hahn für die Branche bedeutend ist und weshalb schon die Nominierung ECHT.GOLD.WERT ist, verrät er im Gespräch.



Wer Jason Romeyko gegenübersteht, merkt schnell: Hier spricht ein echter Profi. Er nimmt sich Zeit, hört aufmerksam zu und beantwortet jede Frage mit Klarheit und einer Portion Humor. Seine internationale Erfahrung ist in jedem Satz spürbar, gleichzeitig begegnet er seinem Gegenüber auf Augenhöhe.

Werbemonitor: Welchen Eindruck hattest du von den Arbeiten?

Jason Romeyko: Ich finde, man kann hier auf das Grafikdesign wirklich stolz sein. Darin sehe ich die größte Stärke. Es transportiert die Qualität der Produkte und zeigt sehr gut, was hier in Niederösterreich geschaffen wird.

Was ist dir generell aufgefallen?

Was die Ideen betrifft, war vieles solide umgesetzt. Aber oft hat mir das Überraschungsmoment gefehlt. Hier ist für mich das größte Potenzial verborgen. Was ich mir wünsche, ist ein bisschen mehr Marketingmut. Nicht nur von den Agenturen, sondern auch von den Kundinnen und Kunden. Sie müssen den Mut haben, einen echten „Point of Difference“ zu entwickeln, etwas Eigenständiges zu sagen, anstatt die gesamte Verantwortung einfach an Grafikdesignerinnen und Grafikdesigner oder andere Kreative abzugeben.

Foto: Joanna Pianka

“
Was ich mir wünsche, ist ein bisschen mehr Marketingmut. Nicht nur von den Agenturen, sondern auch von den Kundinnen und Kunden.

Welche Rolle spielt Kreativität im Zeitalter knapper Budgets und vieler Kanäle?

Eine gute Idee muss nicht viel Geld kosten. Ich habe mit großen Budgets, kleinen Budgets und auch ganz ohne Budget gearbeitet. Am Ende zählt die Kreativität und wie man eine Idee umsetzt. Das macht den Unterschied und hat den größten Impact. Ich komme aus Australien, dort arbeiten wir oft mit begrenzten Budgets. Natürlich haben wir den Vorteil der englischen Sprache und werden weltweit wahrgenommen. Trotzdem suchen wir immer nach Ideen, die sofort ins Auge springen und die Menschen überraschen. Mit einer guten Idee holt man aus Medien- und Produktionsbudgets deutlich mehr heraus. Hat man sie nicht, muss man wesentlich mehr Geld investieren, damit die Botschaft überhaupt wahrgenommen wird. Deshalb wünsche ich mir mehr Mut, mehr Kreativität und die Bereitschaft, auch einmal etwas Ungewöhnliches zu wagen.

Welchen Stellenwert hat der Goldene Hahn für die Kreativbranche in Niederösterreich?

Ich finde, der Goldene Hahn ist enorm wichtig. Es gibt Werbung – und es gibt Werbung. Manche Unternehmen verfügen über hohe Budgets, andere sind Familienbetriebe, die jeden Tag hart arbeiten und bei denen jeder Euro zählt. Gerade für sie ist starke Kommunikation von entscheidender Bedeutung. Ich sehe, wie hochwertig die Produkte aus Niederösterreich sind – vom Wein bis zu vielen anderen regionalen Erzeugnissen. Besonders beeindruckt hat mich, wie schon erwähnt, die Kategorie

Grafikdesign. Es transportiert diese Qualität auf einem Niveau, das internationalen Vergleichen standhält.

Warum ist eine Nominierung ein Erfolg?

Wer gewinnen wird, wissen wir erst im September. Aber schon eine Nominierung ist etwas Besonderes. Für mich ist sie immer eine Auszeichnung und eine Ehre, weil sie zeigt, dass jemand die eigene Arbeit wahrgenommen und wertgeschätzt hat. Das ist unglaublich wertvoll. Wenn daraus am Ende tatsächlich Gold wird, dann ist das natürlich fantastisch. Aber man sollte

eine Nominierung niemals unterschätzen. Sie ist Anerkennung und zugleich Motivation, beim nächsten Mal vielleicht ganz oben zu stehen.

Mein Tipp: Schauen Sie sich die Shortlist an und später die Siegerarbeiten. Analysieren Sie die Cases und überlegen Sie, was Sie für Ihre eigenen Projekte mitnehmen können. So entwickelt man sich weiter. Kritisieren ist leicht, selbst großartige Arbeit zu schaffen, ist viel schwieriger. Deshalb wünsche ich mir, dass möglichst viele den Mut haben, ihre besten Ideen einzureichen und sich der Bewertung zu stellen.

Stimmen aus der Jury

Ein Tag, viele Perspektiven!

Wie war die Stimmung in der Fachjury? Wir haben die Jurorinnen und Juroren nach ihrem Eindruck gefragt – und spannende Einblicke in den intensiven Austausch und die gemeinsame Arbeit erhalten.

Max Niederschick, Gestalter, NWP consulting_content_creation: „Die Stimmung ist super, es wird zum Teil kontrovers diskutiert, was mir taugt, und vor allem sind alle sehr wertschätzend. Jason Romeyko, der Juryleiter, macht großartige Arbeit – er leitet durch, gibt sehr viel Raum, öffnet Räume für die Jurorinnen und Juroren, das finde ich sehr gut.“

Andrea Stoidl, Geschäftsführerin Österreichischer Werberat (ÖWR): „Ich finde es total spannend, denn neue Ansätze und unterschiedliche Sichtweisen bringen eine ganz andere Qualität in die Diskussionen. Der Juryvorsitzende sorgt mit seiner internationalen Erfahrung für einen zusätzlichen Blickwinkel. Das verleiht der Jury einen besonderen internationalen Touch. Insgesamt ist das ein gelungenes Setting, aus dem alle viel mitnehmen können.“

Marc Damm, Creative Lead und Co-Founder von DUO: „Ich habe einen extrem positiven Eindruck. Die Jury ist unglaublich divers, vereint unterschiedlichste Disziplinen und besteht aus großartigen Fachleuten. Dadurch entsteht ein intensiver Austausch.“

Iris Kamauf, Happy Branding: „Ich finde die Stimmung außerordentlich gut. Das Spannende ist, Menschen aus unterschiedlichen Richtungen kennenzulernen. Es sind nicht alle Designerinnen und Designer, sondern sie bringen verschiedene Einflüsse mit. Von jeder und jedem Einzelnen zu hören, was sie an einem Projekt begeistert und diese Blickwinkel noch zu diskutieren, ist super.“

Michael Dürr, Fotograf und Kurzfilmmacher: „Es ist ein angenehmes Miteinander. Wir sprechen uns ab, man hört zu, was die anderen sagen, welchen

Eindruck die Nachbarin oder der Nachbar hat, und ich finde, es ist hier eine tolle Stimmung.“

Martina Černy, CEO und Gründerin Making-of Fotoproduktions- und Stylingagentur: „Es war genau so, wie ich es mir vorgestellt habe – ein reger Austausch mit vielen unterschiedlichen Meinungen. Ich muss ehrlich sagen: Zweimal habe ich meine Bewertung geändert, weil ich durch die Diskussion mit den anderen Jurorinnen und Juroren Aspekte erkannt habe, die mir zuvor nicht aufgefallen waren.“

Infos

Fotos und Eindrücke der Fachjury
sitzung gibt es hier:
t1p.de/8nzt0



Kategorie

Out of Home

Große Bühne für starke Botschaften: In dieser Kategorie werden Arbeiten ausgezeichnet, die im öffentlichen Raum Präsenz zeigen. Dazu zählen Plakate und Poster, City Lights, Rolling Boards, Bannerwerbung, digitale Werbeflächen ohne Ton, Verkehrsmittelwerbung sowie Leit- und Informationssysteme. Im Mittelpunkt stehen kreative Lösungen, die Aufmerksamkeit erzeugen, Orientierung bieten und Menschen dort erreichen, wo sie unterwegs sind.



Grüne Sonne „Umwelt-Fassade“

Farbe & Wohnen Müllner
www.muellner.at

Kunde: Grüne Sonne GmbH

Nachhaltigkeit trifft Werbetechnik: Am Firmenstandort von „Grüne Sonne“ wird eine 25 x 2,5 Meter lange Fassade zur impactstarken Bühne für regionalen Klima- und Umweltschutz. Ein überdimensionales Wimmelbild des Künstlers Artur Bodenstern, präzise auf Spannrahmen-Konstruktion umgesetzt, macht die Mission des Waldviertler Start-ups im öffentlichen Raum sichtbar. Und unübersehbar.

Leitsystem und Erlebnislandkarte Wachau

socher-mit-e
www.socher-mit-e.at

Kunde: Verein Welterbegemeinden Wachau

Ein touristisches Leitsystem, das die Wachau erlebbar macht! Mit viel Liebe zum Detail haben wir konzipiert und illustriert, um die bisherigen Tafeln zu relaunchen. Wiedererkennbar, aber in neuem Look bündelt unser Design Inhalte, schafft Überblick und macht Lust, die Region in ihrer ganzen Vielfalt zu entdecken. Das Herzstück ist eine eigens illustrierte Karte des Erlebnisraums.



Der „Unsichtbare Garten“ und die Schwammstadt

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Gartenbauschule Langenlois

Der „Unsichtbare Garten“ ist ein Rundweg zu den verborgenen Höchstleistungen des Ökosystems Garten für Mensch und Klima. Hofer Media verwandelt ihn in ein durchgängiges, familienfreundliches Gestaltungssystem, das mit klarer Wegführung, starken Illustrationen und interaktiven Stationen Wissen in echte Entdeckung verwandelt.



Der fahrende Schauraum

SchulzUnd Werbeagentur
www.schulzund.at

Kunde: Appel GmbH

Ein Lkw wird zum fahrenden Badezimmer und Technikeller: Für Appel wurde eine klassische OOH-Werbefläche neu gedacht und als ganzer Schauraum inszeniert. Auffällig, sympathisch und dank KI auch mit kleinem Budget realisierbar – ein starkes Beispiel dafür, wie kreative Werbung für KMUs heute ECHT.GOLD.WERT wird.

PIER 22 – Neues Freizeitareal. Neue Orientierung. Neue Identität.

message Marketing- & Communications GmbH
www.message.at

Kunde: Stadt Wien/Wiener Gewässer Management

Für die WGM der Stadt Wien entwickelte „message The Art of Urban Story Design“ Naming, Branding und Leitsystem für den PIER 22 auf der Donauinsel. Bodenmarkierungen, Stellen, Infrastrukturbranding und digitale Orientierung machen das neue Freizeitareal sichtbar und auffindbar. Maritime Motive und gebrandete Sonnenliegen bringen sommerliches PIER-22-Flair direkt vor Ort.



Kategorie Print

Print bleibt ein wirkungsvoller Kanal für starke Kommunikation. Die Kategorie umfasst Anzeigen, Inserate, Anzeigenserien, Advertorials, Beilagen, Magazine, Zeitungswerbung sowie weitere Kommunikationsmittel in gedruckter Form. Ausgezeichnet werden Arbeiten, die Botschaften auf Papier sichtbar und erlebbar machen.



100 Jahre VOSSEN

dagner.partner Werbeagentur GmbH
www.dagnerpartner.at

Kunde: VOSSEN GmbH & Co. KG

Mit VOSSEN feierte im vergangenen Jahr Europas führender Frottierwarenhersteller sein 100-jähriges Bestehen. Dazu wurde ein eigenes Gestaltungskonzept entwickelt und in zahlreichen Printprodukten umgesetzt. Allen voran im VOSSEN Jubiläumsmagazin, das auf kreative Weise eine Zeitreise von den Anfängen bis zur Gegenwart ermöglicht – umrahmt von zahlreichen Inseraten, Freecards und Aufstellern.

Ein Käfig voller Narren

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Seefestspiele Mörbisch

Ein starkes Bild, klar strukturiert: Das Sujet verbindet emotionale Inszenierung mit präziser Information. So entstehen hohe Aufmerksamkeit und klare Verständlichkeit. Ein Beispiel dafür, wie Print durch Gestaltung wirkt.

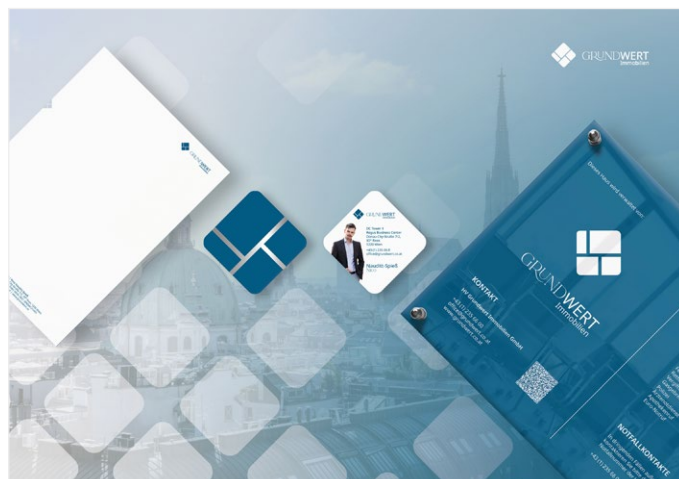


GRUNDWERT – Markenidentität für eine neue Generation der Immobilienverwaltung

GS3 – Creative Network e.U.
www.gs3.at

Kunde: HV Grundwert Immobilien GmbH – Wien

Eine reduzierte Markenidentität für eine Immobilienverwaltung, die Vertrauen, Struktur und persönliche Betreuung in den Mittelpunkt stellt. Logo, Farbwelt und Anwendungen verbinden geometrische Klarheit mit ruhiger Hochwertigkeit und schaffen eine zeitgemäße visuelle Sprache zwischen Stabilität, Menschlichkeit und moderner Organisation.



Korneuburg Shopping-Events: Eine Stadt. Acht Erlebnisse.

message Marketing- & Communications GmbH
www.message.at

Kunde: Stadtmarketing Korneuburg

Für das Stadtmarketing entwickelte „message The Art of Urban Story Design“ ein Print-Kommunikationssystem zur Belebung der Einkaufsstadt. Neun individuell entwickelte Shopping-Eventwelten, 90.000 Shopping-Guides, Plakate, Flyer und Schaufensterbeklebungen machten Betriebe sichtbar und positionierten Korneuburg als Einkaufsdestination.

Tante Fanny Pizza Riese

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Tante Fanny Frischteig GmbH

Aus einem XXL-Teig wurde der „Pizza-Riese“ – und aus Headlines ein Kampagnensystem. Die Wortwelt „Riesen“ macht den Produktvorteil emotional und verständlich erlebbar. Das Ergebnis: hohe Aufmerksamkeit, klare Differenzierung und messbarer Markterfolg.



Kategorie Digital

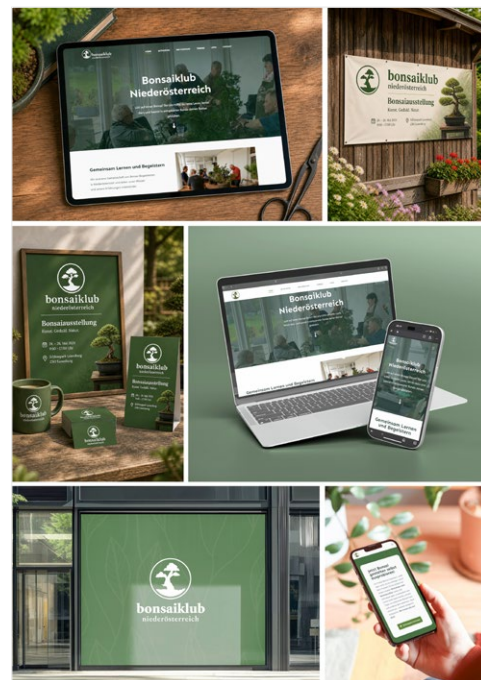
Ob Online, Social Media oder App: Digitale Kommunikation begleitet uns rund um die Uhr. Die Kategorie umfasst Websites, Microsites, Landingpages, Social-Media-Auftritte und -Kampagnen, Onlinewerbung, Suchmaschinenmarketing, Newsletter, Apps, digitale Tools, interaktive Anwendungen sowie weitere Onlineprojekte. Gefragt sind kreative Lösungen, die Nutzerinnen und Nutzer mit digitalen Möglichkeiten begeistern.

Wurzeln stärken, Zukunft gestalten – Rebranding und digitale Neupositionierung des 1. NÖ Bonsaiklub

KK Design Studio OG
www.kkdesignstudio.at

Kunde: 1. Niederösterreichischer Bonsaiklub

Der 1. NÖ Bonsaiklub wurde durch ein ganzheitliches Rebranding neu belebt. Inspiriert vom Wachstum eines Bonsai entstanden ein flexibles Corporate Design und eine barrierefreie, SEO-optimierte Website. Ziel: bestehende Mitglieder stärken, neue begeistern und regionale Gemeinschaft digital sichtbar und erlebbar machen.



MAUTNER, taugt ma! Wie eine Traditions- marke die Instagram-Community erobert.

Kerstin Oberzaucher e.U. / digital.handwerk
www.digitalhandwerk.at

Kunde: MAUTNER MARKHOF Feinkost GmbH

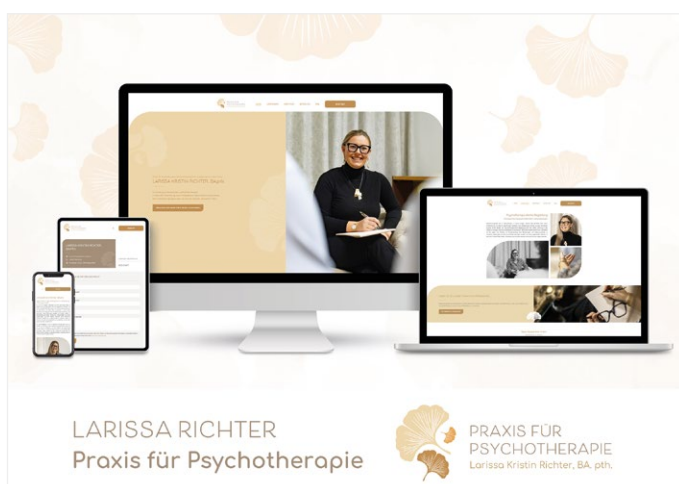
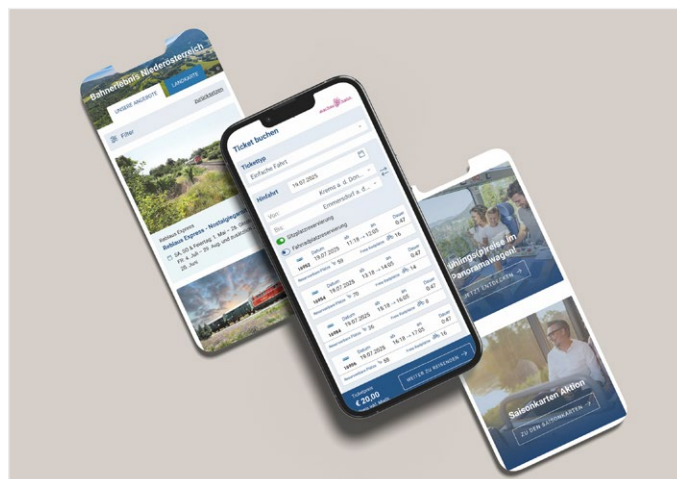
Gemeinsam mit digital.handwerk aktiviert die Traditions-marke Mautner Markhof seinen Instagram-Kanal und stellt die Community in den Mittelpunkt. Drei Video-Formate, ein gemeinsamer Ton: echte Gesichter, ehrliche Gespräche, Augenzwinkern statt Werbesprech. So entstand, wovon viele Marken sprechen: echte Augenhöhe mit der Community.

Niederösterreich Bahnen

MBIT Solutions GMBH
www.mbit.at

Kunde: Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG)

Die Niederösterreich Bahnen verbinden nachhaltige Mobilität mit touristischen Erlebnisangeboten. Mit dem Webshop wurde eine zentrale Plattform geschaffen, die Tickets, Reservierungen und Zusatzleistungen intelligent vernetzt, komplexe Buchungsprozesse automatisiert und Fahrgästen ein modernes, benutzerfreundliches Buchungserlebnis bietet.



Praxis für Psychotherapie

Marketing Platzhirsch W.M. GmbH
www.marketing-platzhirsch.at

Kunde: LARISSA KRISTIN RICHTER, BA.pth.

Mit larissa-richter.at entstand ein digitaler Auftritt, der psychotherapeutische Begleitung klar, ruhig und vertrauensvoll spürbar macht. Die Website verbindet sensible Gestaltung mit einer strukturierten Nutzerführung und übersetzt Themen wie Einzel-, Paar- und Familientherapie in eine Form, die Orientierung gibt, Nähe vermittelt und professionell wirkt.

Wenn Studierende ihre Uni gestalten

Q2E GmbH Online-Agentur
www.q2e.at

Kunde: New Design University Privatuniversität
GesmbH

Kreativwirtschaft braucht mehr als eine Website – sie braucht einen Beweis. Die neue NDU-Seite liefert ihn: Studierende entwerfen das Layout, die Agentur setzt es technisch barrierefrei eins zu eins um. Klare Farbwelt, eigenständige Module, ein Content-Pool, der wächst. Haltung, Content und Handwerk vereint. Ein digitaler Auftritt, der zeigt, was die Uni lehrt.



Kategorie Bewegtbild

Diese Kategorie verbindet Geschichten, Emotionen und Botschaften auf besonders eindrucksvolle Weise. Umfasst sind TV- und Kinospots, Web- und Social-Media-Videos, Reels, Shorts, Image- und Produktfilme, Videopodcasts, Animationen, Motion Design sowie Erklärvideos mit einer Länge von bis zu drei Minuten. Im Mittelpunkt stehen Arbeiten, die mit Kreativität, Dramaturgie und visueller Umsetzung überzeugen.



CHOOSE THE RIGHT ONE

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: HAIDLMAIR GMBH

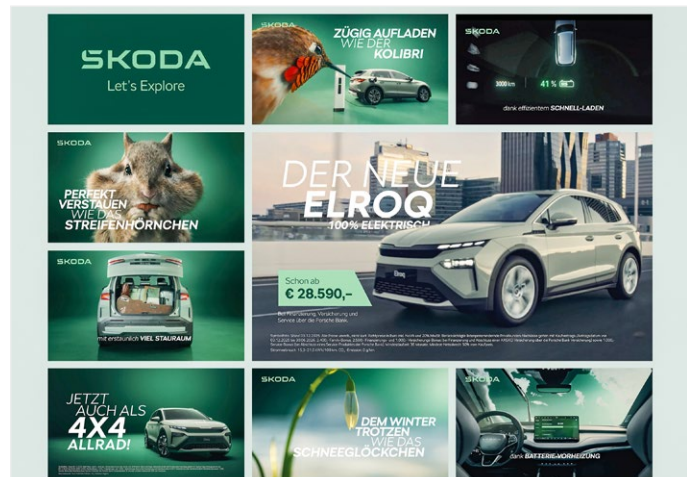
3 CLIPS. Keine sauberen Maschinen, keine großen Hallen, kein Selbstlob. Nicht die eigenen Stärken erklären, sondern den „Kundenschmerz“ beim Mitbewerber inszenieren. Mit „Myth of Competitors“ zeigen wir, was passieren kann, wenn man NICHT zu HAIDLMAIR geht. Perfekte Prompts, starker Sound und der richtige Schnitt liefern ein cineastisches Erlebnis.

Der neue Škoda Elroq – Be more Elroq

Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Kunde: Škoda Österreich | Porsche Austria GmbH & Co OG

Der neue Škoda Elroq – 100% elektrisch, mit markantem Design und einzigartig in seiner Preisklasse. „Zügig aufladen wie der Kolibri. Perfekt verstauen wie das Streifenhörnchen. Dem Winter trotzen wie das Schneeglöckchen.“ Ein TV-Spot, der Elektromobilität nicht nur erklärt, sondern einprägsam inszeniert.



Die Zukunft der Pflege

Point of View GmbH
www.pov.at

Kunde: Universitätsklinikum St. Pölten

Die Zukunft der Pflege wird stark von technischen Innovationen geprägt sein. Durch die Digitalisierung können Patientendaten schneller erfasst und sicher zwischen Ärzten, Pflegekräften und Krankenhäusern ausgetauscht werden. Digitale Systeme erleichtern die Dokumentation und schaffen mehr Zeit für die direkte Betreuung der Patienten.



Gutes zieht Kreise

The Odd GmbH
www.the-odd.at

Kunde: Volksbank

„Gutes zieht Kreise“ bringt auf den Punkt, worum es bei den Volksbanken geht. Der dazugehörige TV-Spot erzählt mit einer ungesesehenen Orbiting-Camera-Fahrt den Kreislauf.

Kipppunkte – Bevor die Schiefelage normal wird

Neulicht Film
www.neulichtfilm.at

Kunde: CLAW – Initiative für Klimarecht

Bei der Erderhitzung gibt es Kipppunkte: Wenn sie überschritten werden, dann startet eine Kettenreaktion, die sich immer weiter selbst befeuert. Ein kleines Mädchen in seinem Zimmer. Alles scheint normal – bis das Bild plötzlich kippt und mit ihm ihre Welt. Ihre Sachen rutschen weg, sie verliert die Kontrolle. Der Wunsch an uns: Gesetze, die es schützen!



Kategorie Event

Wo Menschen zusammenkommen, entstehen Begegnungen, Erlebnisse und Erinnerungen. Die Kategorie umfasst Live-, Hybrid- und digitale Formate wie Veranstaltungen, Roadshows, Kongresse, Messen, Ausstellungen oder Marken- und Publikumserlebnisse. Ausgezeichnet werden Arbeiten, die Kommunikation in ein Erlebnis verwandeln und Menschen nachhaltig begeistern.



Eine Roadshow, die Blutspenden zu neuen Zielgruppen bringt.

stroblbinder
www.stroblbinder.at

Kunde: Österreichisches Rotes Kreuz & Rotes Kreuz Niederösterreich

Mit einem gebrandeten Blutspendemobil, starken Event-Settings und integrierten digitalen Maßnahmen wurde die Spende sichtbar, erlebbar und zugänglich. Neue Zielgruppen und zahlreiche Erstspender:innen konnten aktiviert und Hemmschwellen deutlich reduziert werden – ein wirkungsvoller Ansatz mit messbarem Impact.

Tat.Ort Jugend: Einheitlich sichtbar und engagiert.

Marketing Am-Teich
www.am-teich.com

Landjugend Österreich

„Marketing Am-Teich“ entwickelte für „Tat.Ort Jugend“ ein österreichweit einheitliches CD light, das Landjugend-Gruppen als eine Einheit sichtbar macht. Logo, Transparente, personalisierbare Alu-Verbundtafeln, gebrandete T-Shirts und Social-Vorlagen geben gemeinnützigen Projekten vor Ort und online maximale Wirkung und motivieren zum Mitmachen.



Jubiläum im FLOW: 40 Jahre Georg Fischer Austria

mado GmbH Event Solutions
www.mado.at

Kunde: Georg Fischer Rohrleitungssysteme GmbH

Ein Jubiläum im Flow: Für Georg Fischer Piping Systems inszenierte mado Event Solutions ein zweitägiges Markenerlebnis, in dem „Excellence in Flow“ vom ersten Kontakt bis zum letzten Moment spürbar wurde. Bewegung, Raum und Inhalt griffen nahtlos ineinander und ließen den Flow durch alle Momente & Highlights spürbar machen.



Leistungsschau 2025

clicksgeföhle GmbH & Co KG
www.clicksgeföhle.at

Kunde: Bundesministerium für Landesverteidigung

Die Leistungsschau 2025 bringt Menschen näher ans Bundesheer. In der Fotobox werden Besucher:innen selbst Teil von Einsatzszenarien, in der KI-Zeitleiste finden sie sich in der Geschichte wieder und in VR-Videos erleben sie Missionen hautnah. So wird sichtbar, welche Rollen es im Bundesheer gibt und wie es sich anfühlen kann, selbst Teil davon zu sein.

Parkfood-Festival Neulengbach – Stadtleben neu inszeniert

message Marketing- & Communications GmbH
www.message.at

Kunde: Aktive Wirtschaft Neulengbach

Mit dem Parkfood-Festival wurde der Neulengbacher Stadtpark für die Aktive Wirtschaft Neulengbach zur Bühne für Genuss, Begegnung und Belebung. „message The Art of Urban Story Design“ entwickelte daraus ein identitätsstiftendes Eventformat, das Innenstadtfrequenz stärkte und Neulengbach als lebendige, moderne Stadtmarke regional sichtbar positionierte.





Kategorie

POS | Messearchitektur

Räume können mehr als nur Produkte präsentieren, sie machen Marken sichtbar und greifbar. Die Kategorie umfasst Messestände, POS-Werbemittel, Displays, Verkaufsförderung am Point of Sale, Schauraum- und Auslagengestaltung, Shop- und Store-Konzepte, Showrooms, Besucherzentren, temporäre Installationen sowie räumliche Markeninszenierungen. Ausgezeichnet werden Arbeiten, die Gestaltung, Funktion und Markenbotschaft überzeugend miteinander verbinden.

Showroom mit Mural-Wandgestaltung

basically us Kreativ Kollektiv OG
www.basically-us.at

Kunde: Kores GmbH

basically us transformiert den Eingangsbereich von Kores in einen interaktiven Showroom. Ein riesiges Mural verbindet Geschichte mit Design und Erlebnis: von der Schreibmaschine bis zum Selfie-Spot. So entsteht ein Ort, der nicht nur Freude vermittelt, sondern genutzt und geteilt wird, und zwar sowohl von Gästen als auch von Mitarbeitenden tagtäglich.



Abtauchen in Bernstein

Scherz-Kogelbauer GmbH
www.scherz-kogelbauer.at

Kunde: Marktgemeinde Bernstein

Die Scherz-Kogelbauer GmbH verwandelte die problembehaftete Glasfront des Naturbad-Lokals Bernstein mit einer außergewöhnlichen U-Boot-Inszenierung in einen echten Blickfang. Funktionalität, Kreativität und Erlebnis wurden auf einzigartige Weise verbunden und schufen ein einladendes Ambiente mit hohem Wiedererkennungswert.

Die nachhaltige Bühnenwelt für EPP Farmers

Marketing Am-Teich
www.am-teich.com

Kunde: MEP DI Alexander Bernhuber

Eine nachhaltige, modulare Bühnenwelt aus Karton: flexible Dreiecks-Aufsteller als wandelbarer Bühnenhintergrund (drei Motive) für Konferenzen und als Fotowand, ergänzt durch Tier-Standees und Foto-Schilder. Ressourcenschonend, leicht zu transportieren, schnell auf- und umzubauen, mit klarer EU-Wiedererkennbarkeit und im authentischen Landwirtschaftsstil.



Soy Austria auf IFFA und IBA 2025

Messewerkstatt GmbH
www.messewerkstatt.com

Kunde: Soy Austria GmbH

Wir entwickelten einen Messestand, der auf zwei führenden Fachmessen in Deutschland eingesetzt wurde: auf der IFFA in Frankfurt und der IBA in Düsseldorf. Der Stand wurde von Beginn an so geplant, dass er sich rasch adaptieren, abbauen, transportieren und auf einer anderen Fläche neu inszenieren ließ bei gleichbleibender Markenwirkung und hoher gestalterischer Qualität.

Steinbach International auf der Aquanale 2025

Messewerkstatt GmbH
www.messewerkstatt.com

Kunde: Steinbach International GmbH

Der Messeauftritt von Steinbach wurde als markenzentrierte Brand Experience konzipiert, die Architektur, Funktionalität und Emotion vereint. Eine markante Kubatur mit hoher Fernwirkung umschließt einen warmen, offenen Innenraum und macht die Markenwerte Qualität, Verlässlichkeit und Innovationskraft räumlich erlebbar.





Kategorie

Verpackungsdesign

Noch bevor ein Produkt überzeugt, spricht seine Verpackung. Die Kategorie umfasst Verpackungen, Etiketten, Produktbeschriftungen, Dekore, Verpackungssysteme und weitere Gestaltungen rund um die Produktpräsentation. Im Mittelpunkt stehen kreative Lösungen, die Marken sichtbar machen und Wiedererkennung schaffen.



Thermochrom-Etiketten

Marzek Etiketten+Packaging GmbH
www.marzek.at

Kunde: Gebrüder Nittnaus

Mit dem Einsatz thermochromer Farben setzt Marzek Etiketten+Packaging einen neuen Trend in der Weinvermarktung: Farbeffekte am Etikett zeigen, wenn die ideale Trinktemperatur erreicht ist und der Wein das beste Geschmackserlebnis bietet. Weinbaubetriebe bauen mit dieser technologischen Innovation auf ein aufmerksamkeitsstarkes Highlight, das Konsument:innen begeistert und zum Kauf motiviert.

Vollgut Crémant Spompanadel

Marzek Etiketten+Packaging GmbH
www.marzek.at

Kunde: Feinkostgeschäft Vollgut

Bei diesem Etikett des Vollgut Crémant verbindet Marzek Etiketten+Packaging das Design von Roland Radschopf mit modernsten Drucktechnologien. Die Kombination von Wiener Schmah, französischer Schaumweinkultur und erstklassiger Umsetzung unterstreicht den Charakter des Produkts: ein erlesener Crémant für die heimischen Gourmets, die im Sinne des Vollgut-Leitspruchs wissen, „wofür es sich zu leben lohnt“.



Enjoy

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Spar Österreichische Warenhandels AG

SPAR enjoy neu gedacht: Ein klares Gestaltungssystem verbindet Papieroptik, organische Formen und einen eigenständigen Illustrationsstil. So entsteht eine unverwechselbare visuelle Sprache mit hoher Wiedererkennbarkeit über alle Produkte hinweg. Ein Beispiel dafür, wie Packagingdesign Marken neu auflädt.



Klarheit Packaging

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: myProduct GmbH

KLARHEIT Vodka bekommt eine Verpackung, die mit dem Namen spielt: außen reduziert auf Linien und Wortspiele, Schwarz und Weiß, innen kontrolliertes Chaos. Verworrene Linien und „echt schräge“ Wackelgläser, dazu Ice Rocks aus Stein für unverwässerten Geschmack. Der stabile Schubser umhüllt eine Box mit hochwertigem Magnetverschluss. Das Auspacken wird zum Ritual, ein Erlebnis zwischen Präzision, Irritation und Genuss.

Purismus mit Präzision

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Weingut Seher

Hofer Media begreift Schlichtheit als Stärke: Mit klarer Geometrie, Symmetrie und hochwertiger Veredelung wurde das Etikett emotional aufgeladen. Ein Weinetikett, das Handwerk und Herkunft spürbar macht.



Kategorie Grafikdesign

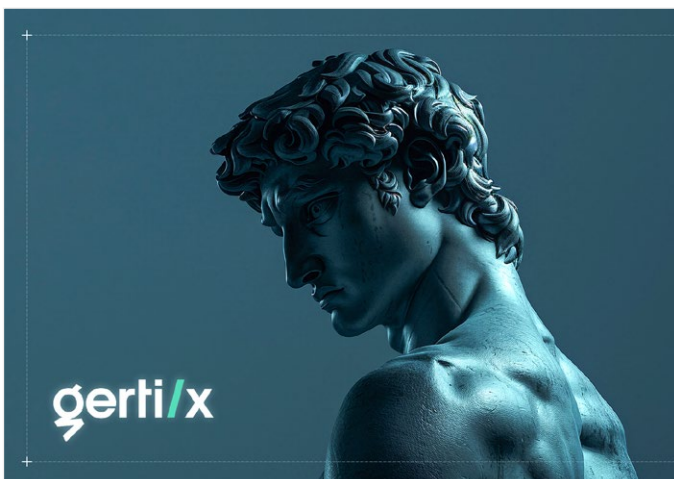
Gestaltung schafft Identität, noch bevor das erste Wort gelesen wird. Die Kategorie umfasst Logos, Corporate Design, Brand Design, Typografie, Drucksorten, Kataloge, Editorial Design und weitere visuelle Gestaltungssysteme. Gefragt sind Lösungen, die Marken sichtbar machen und ihnen ein klares, unverwechselbares Profil verleihen.

Pichler – Was bleibt, wird schöner.

Oya
www.oya.at

Kunde: Raumausstattung Pichler

Polsterei Pichler, Neudörfel. Ein Handwerksbetrieb, der nicht Möbel bezieht – sondern Haltung. Das Markenprinzip „Was bleibt, wird schöner“ macht das Bleibende zum Kern: Claim, Bildsprache, Typografie und Drucksorten sprechen eine Sprache. Roh. Präzise. Unverwechselbar.



gerti/x

Brand & Web Design Sascha Ulreich
www.saschaulreich.at

Kunde: gerti/x GmbH

Tom Schütz hat 20+ Jahre Tech-Erfahrung, ein Netzwerk aus Softwareanbietern, Agenturen und Kreativen – und gibt ein Briefing, das wirklich Raum lässt. Schlicht, modern, aber trotzdem fett. Für gerti/x haben wir eine Marke entwickelt, die Person und Haltung trägt: Vintage-Affinität trifft Tech-Substanz. Ein offener Prozess, ein starkes Resultat.

leopoldi

dagner.partner Werbeagentur GmbH
www.dagnerpartner.at

Kunde: Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG)

Mit „leopoldi“ wurde eine Dachmarke für den niederösterreichischen Linienbus- und bedarfsgesteuerten Verkehr entwickelt – mit hoher Wiedererkennung, starkem NÖ-Bezug und einem Markenkonzept, das auf kreative Weise die beiden Verkehrssparten symbiotisch zusammenbringt und zu einer neuen, unverwechselbaren Corporate Brand formt.



Mein Moststraße Guide

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: LEADER-Region Tourismusverband Moststraße

Der Moststraße Guide macht aus viel Information echte Lesefreude: ein klarer Satzspiegel, warme Typografie, Bilderwelten im Zusammenspiel mit feinen Illustrationen, liebevoll gestaltete Karten und Infografiken führen durch Kulinarik, Kultur und Landschaft. Übersichtlich, hochwertig und bis zum perforierten Gutscheinelement durchdacht. Ein Guide, der nicht nur informiert, sondern Lust aufs Entdecken macht.

ULME777: Glücksmomente im Zauber der Natur

TANOLARA e.U.
www.tanolara.com

Kunde: Ricarda Maria Mattuella e.U.

ULME777 ist mehr als ein Logo. Es ist ein Statement für grafische Klarheit, emotionale Tiefe und die Kunst, Bedeutung im Einfachen zu finden. Ein Sinnbild für das Glück in der Natur und in uns. Eine Gestaltung wie diese entspringt keinem Algorithmus, keinem prompt-basierten Zufallsprodukt. Sie ist das Ergebnis menschlicher Intuition, tiefen ästhetischen Empfindens und gestalterischer Reife.



Kategorie Eigenwerbung

Die kritischsten Kundinnen und Kunden sitzen manchmal im eigenen Haus. Die Kategorie umfasst Arbeiten und Maßnahmen, die ausschließlich für das eigene Unternehmen entwickelt und umgesetzt wurden. Dazu zählen auch Projekte von Inhouse-Agenturen, die nur für das eigene Unternehmen tätig sind. Ausgezeichnet werden kreative Lösungen, die zeigen, wie man die eigene Marke wirkungsvoll in Szene setzt.

In der Vielfalt wächst das Wunderbare (Packaging-Design Wildblumenmischung)

Atelier Baldrian & Hackel OG
www.baldrianhackel.com

Die Idee war, unseren langjährigen B2B-Partner*innen „Blumen zu streuen“ – ein Dankeschön für die vielen Bestellungen und die immer gute Zusammenarbeit, selbst in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Eine Wildblumenmischung (selbst gesammelt in unserem weitläufigen Naturgarten) erschien uns dabei als perfekt geeignet. Inspiriert von historischen botanischen Illustrationen haben wir ein stimmiges, handwerklich sehr aufwendiges Packaging-Design konzipiert und zur Freude unserer Kund*innen umgesetzt.



Alles auf eine (Post-)Karte: Zeit für neue Geschichten

Althea Müller
www.altheamueller.com

Alles auf eine Karte: Meine Werbe-Postkarte setzt emotionale Impulse und mich selbst in Szene. Bewusst klassisch. Somit entschleunigend, weiter- & wiederverwendbar. Haptisch, mit QR-Code ins Digitale. Realisiert von niederösterreichischen Creatives, verteilt auf nachhaltigem Weg. Reduktion statt Gießkanne. Wertschätzung statt Wegwurfsendung. Anfassen statt Anklicken. Zeit für neue Geschichten.

attaxicon – dein Grafikhelferlein

attack werbeagentur
www.attack.at

Das attaxicon, das attack-lexicon, ist Eigenwerbung, die wirklich hilft. Es macht aus häufigen Kundenfragen ein charmantes Grafikhelferlein. Es führt unsere (zukünftigen) Kunden durch Text, Bild, Typo, Farbe, Druck und Datenformate. Leicht verständlich, perfekt strukturiert für größtmögliche Lesefreude und humorvoll ausgestaltet. Durch die Papierwahl und den Soft-Touch-Umschlag wird unser gesammeltes Agentur-Know-how zum greifbaren Service für bessere Briefings und bessere Zusammenarbeit.



Es wird ein Wein sein.

SchulzUnd Werbeagentur
www.schulzund.at

Ein Weihnachtsmailing, das nicht im Altpapier landet: personalisierte Weinflaschen mit hochwertig veredelten Etiketten, echtem Dank und dem Namen der Empfänger:innen. Eine einfache, emotionale Idee mit maximaler Wirkung – 48 Flaschen, 48 positive Reaktionen und neue Gespräche für 2026.

Zu Gast bei Freunden

Marcel Gillinger – LIBERARI
www.liberari.eu

„Zu Gast bei Freunden“ zeigt WinEcycle Tours nicht als Anbieter, sondern als Erlebnis. Statt klassischer Tourismuswerbung setzt die Kampagne auf echte Momente, Nähe und Atmosphäre. Sie macht aus einer E-Bike-Tour ein Gefühl – persönlich, authentisch und anders, als man glaubt. Eine Einladung, die bleibt.



Kategorie Kampagne

Gute Kampagnen denken nicht in Kanälen, sondern in Ideen. Die Kategorie umfasst integrierte Kommunikationsmaßnahmen und kanalübergreifende Kampagnen aus Print, Digital, Audio, Bewegtbild, Event, PR und weiteren Disziplinen. Im Mittelpunkt stehen Konzepte, bei denen unterschiedliche Maßnahmen zu einem überzeugenden Ganzen werden.



ElsbeerGIN – Integrierte Markenkommunikation einer regionalen Premium-Spirituose

Angelika Gruber-Hiess
www.angelikagruber.co.at

Kunde: Gerhard Hiess – ElsbeerGIN – Emmersdorf

ElsbeerGIN verbindet Verpackungsdesign, Illustration, Bewegtbild und Markenkommunikation durch reduzierte Gestaltung mit hochwertigen Materialien, haptischen Veredelungen und einer eigenständigen Illustrationssprache zu einer konsistenten visuellen Markenwelt. So entsteht ein multisensorischer Markenauftritt, der Regionalität, Handwerk und Premiumanspruch medienübergreifend sichtbar macht.

RAIF for second life

FALKEmedia GmbH
www.falkemedia.at

Kunde: Raiffeisenbank Ybbstal eGen

Ein nachhaltiges Projekt: Ausgediente Werbematerialien wurden mit der Lebenshilfe Aschbach zu Taschen upgecycelt – Abfall wurde vermieden, regionale Wertschöpfung und soziale Teilhabe gefördert. In der zweiten Phase entstand in Kooperation mit der HAK Waidhofen/Ybbs eine Schülergenossenschaft, die das Projekt fortführt und genossenschaftliches Handeln erlebbar macht.



SpinCity – Die ganze Stadt spint!

Gebrüder Pixel OG
www.gebruederpixel.at

Kunde: Eleven Points GmbH

Die ganze Stadt spint! In der SpinCity im Süden Wiens trifft der kleine weiße Ball auf Community und Lifestyle. Mit einer Kampagne, die Raum, Service und digitale Abläufe verzahnt, wird aus Sport ein urbanes Zuhause.



The New M70 MILLTURN

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: WFL Millturn Technologies GmbH & Co. KG

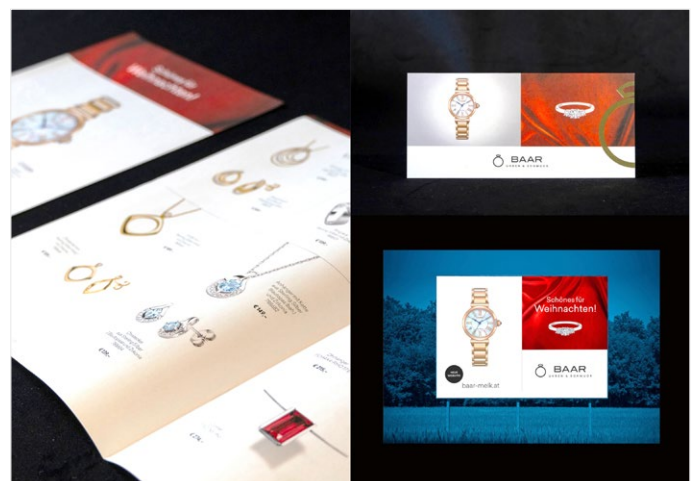
Für die erstmalige Präsentation der M70 MILLTURN auf dem Weltmarkt wurde eine Kampagne gestaltet die das internationale Fachpublikum versteht und gleichzeitig überrascht: „Unfolds New Possibilities“. Origami steht, genau wie die M70 selbst, für Präzision, Wandelbarkeit und das Entstehen neuer Formen. Das Produktversprechen wurde mit der einzigartigen Laser-Cut-Millturn im Material selbst erlebbar gemacht.

Uhren & Schmuck Baar – Weihnachtskampagne

heindldesign
www.heindldesign.at

Kunde: Uhren & Schmuck Baar

Mit feinem Gespür für Ästhetik und Markenidentität schafft heindldesign eine Kampagne, die weit über klassische Werbung hinausgeht: Vom eleganten Relaunch bis zur stimmigen 360°-Umsetzung vereint sie Handwerk, Emotion und Klarheit – und macht Uhren & Schmuck Baar zu einem strahlenden Erlebnis in der Weihnachtszeit.



Werbe monitor

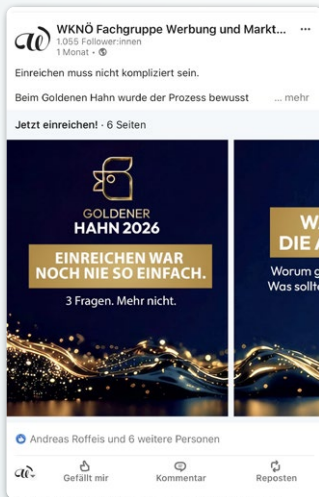
Echtzeit-Community

Deine Plattform auf den Plattformen

Werde Teil der Community und profitiere von mehr Sichtbarkeit auf Social Media.

#werbemonitor

Jetzt folgen auf

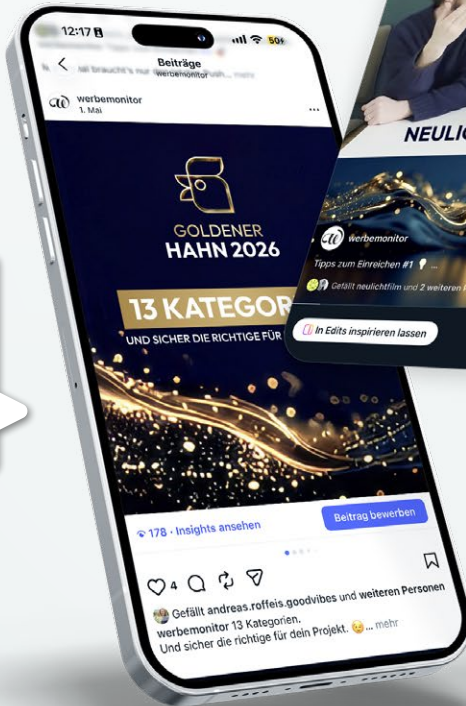


Idee statt Formular

Der Fokus liegt auf der Idee, nicht auf Bürokratie. Die vereinfachte Einreichung macht kreative Leistungen noch sichtbarer.

Mehr als eine Kategorie

13 Kategorien bedeuten 13 Chancen, Kreativität aus unterschiedlichen Blickwinkeln sichtbar zu machen.



Warum einreichen

Manche zweifeln, ob sie überhaupt ein Projekt zum Einreichen haben. Das wurde in einer Slideshow thematisiert und gab der Einreichphase einen weiteren Schub.

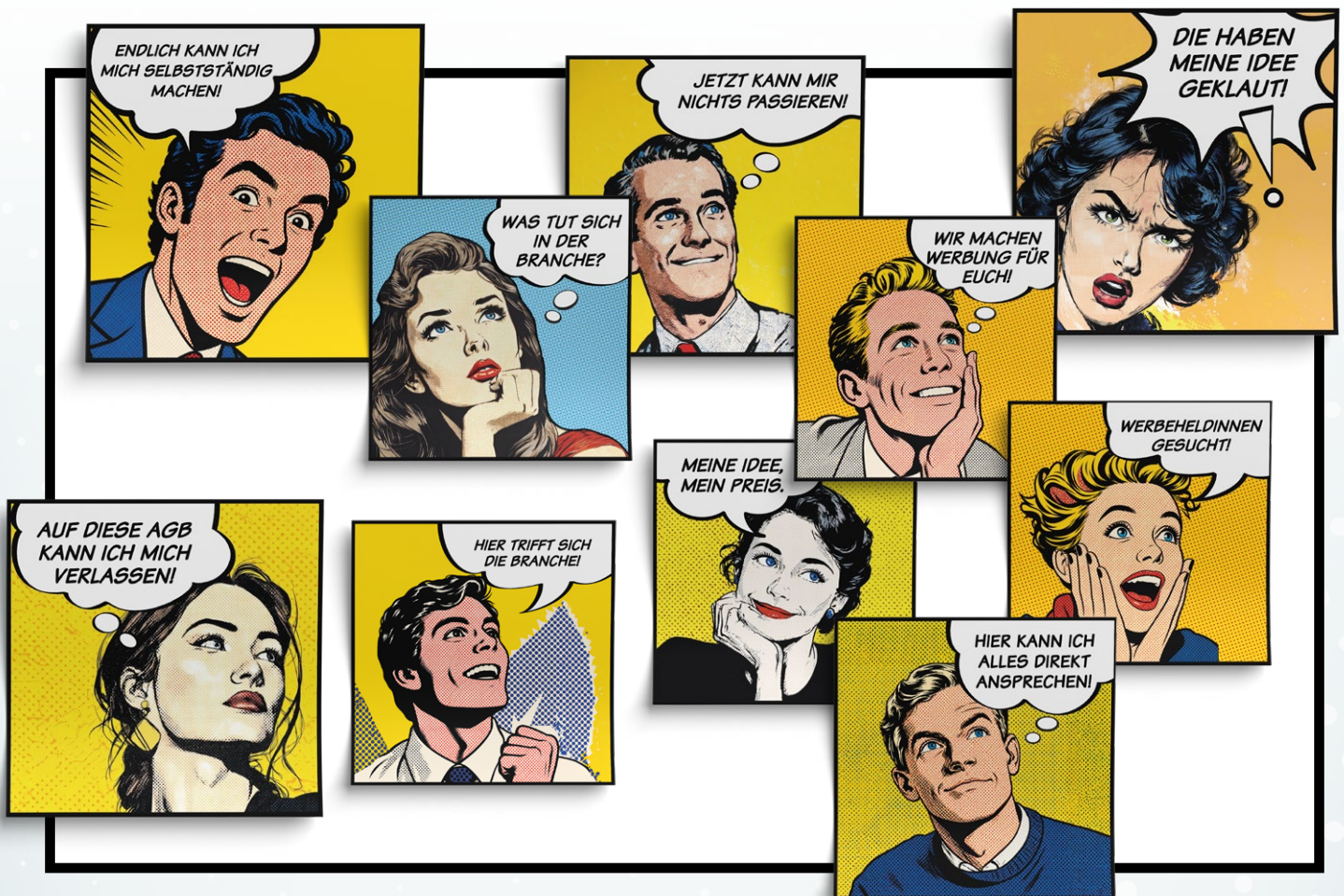
Gut vorbereitet

Von der Kategorie bis zur Einreichung: Unsere Online Stammtische halfen dabei, Unsicherheiten aus dem Weg zu räumen.

Auf Goldkurs

Mit neuen Ideen, einer vereinfachten Einreichung und frischen Impulsen startet der Goldene Hahn 2026 in eine neue Runde.





Zehn Services

Weniger suchen, mehr nutzen!

1. *Fachgruppen-Büro: Wir unterstützen und beraten dich!*
2. *Immer informiert mit dem Werbemonitor*
3. *Kampagnen für deinen Vorteil!*
4. *Rechtsberatung und -vertretung*
5. *Maßgeschneiderte Versicherungslösungen*
6. *Musterverträge & Muster-AGB*
7. *Lehrberuf Medienfachkraft*
8. *Events*
9. *Goldener Hahn*
10. *Direkter Draht für den persönlichen Austausch*

service.werbemonitor.at



Versicherungen, die helfen!

Vroni Vorteil ist happy, dass ihre Agentur die Cyberversicherung abgeschlossen hat.



Cyberversicherung um jährlich 22,20 Euro

Das beinhaltet die Cyberversicherung:

- Datenschutzverletzung
- Datenvertraulichkeitsverletzung
- Netzwerksicherheitsverletzungen
- Ausgliederte Datenverarbeitung
- Versicherungsschutz für Eigenschäden
- Versicherungsschutz für weitere Aufwände (siehe Link)



Jetzt versichern!

Angebot nur gültig für Mitglieder der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.

Weitere Informationen bei Sandra Wandrasch.
M.B.P. Versicherungsmakler GmbH, 02635/61001-31,
s.wandrasch@mbp.at, www.mbp.at/gruppentarife



Uli Unglück kann wieder lachen – dank Versicherung, trotz Missgeschick!



Berufshaftpflichtversicherung um jährlich 22,20 Euro

Das ist abgedeckt:

- Gesetzliche Haftpflichtversicherung bei Vermögensschäden im Rahmen der beruflichen Tätigkeit
- Eigene Vermögensschäden durch fahrlässige Berufsversehen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Gesetzliche Haftpflichtansprüche auf Ersatz eines immateriellen Schadens bei Persönlichkeitsrechten
- Bei reinen Vermögensschäden aus dem Verlust, der Veränderung oder der Blockade elektronischer Daten
- Im Zusammenhang mit Internetpräsentationen bei Beantragung von Internetadressen und der Entwicklung, Gestaltung und Umsetzung von Websites sowie sonstigen Informationen und Werbemitteln
- Versicherungssumme 50.000 Euro pauschal für Sach- und Personenschäden
- 25.000 Euro für Vermögensverluste



> Risiken? Nicht mit Ihrer Fachvertretung – Spezialversicherungen für Ihren Rundumschutz zum ganz kleinen Preis.

Alle Versicherungen auf einen Blick:
t1p.de/3qlc6

Verstärkte Unterstützung von Juristen

Erweiterte Rechtsberatung und -vertretung

Erste Hilfe und rechtliche Beratungen

- Urheberrecht, Datenschutz und mehr
- Arbeits-, Insolvenz- und Vertragsrecht
- Vergabe- und Schadenersatzrecht
- Markenschutz- und Urheberrechtsgesetz
- Medien- und Konsumentenschutzgesetz
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- und für viele andere rechtliche Bestimmungen

NEU: rechtliche Vertretung

- bei betrieblichen Anlassfällen
- arbeitsrechtliche Themen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
 - Änderung von Verträgen oder Sonderklauseln juristisch korrekt formuliert
 - Versendung von Mahnbriefen bei ausstehenden Honorarforderungen
 - urheberrechtliche Probleme mit Fotos oder offenen Daten
 - Führung von außergerichtlichen Verhandlungen und außergerichtlicher Schriftverkehr



Nur für Mitglieder der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation!

Die Kosten des Anwalts werden von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation übernommen. Beachten Sie bitte folgende Hinweise:
t1p.de/jif3f



1.

Kontakt mit der Fachgruppe aufnehmen

Dr. Clemens Griesenberger
02742/851 19712
werbung@wknoe.at



2.

Weitervermittlung an

Mag. Markus Mayer
Mag. Philipp Zeidlinger
02742/470 87
office@nmp.at
www.nmp.at



Impressum

Herausgeber und Verleger: Wirtschaftskammer NÖ, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, 3100 St. Pölten, Wirtschaftskammer-Platz 1. Alle Details zum Impressum finden Sie auf www.werbemonitor.at

Druck: Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG, www.boesmueller.at

Chefredaktion und Texte: Sabine Wolfram
www.nw-partner.at

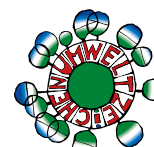
Lektorat/Korrektorat: Mag. Marlene Zeintlinger
www.zeichensetzer.at

Gestaltung/Satz: Robin Enzlmüller
www.remediadesign.at

Fotos:

- Titelseite: VANGARDIST MEDIA GMBH
- Foto Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger: Christian Mikes
- Wie beim jeweiligen Foto angeführt

Namentlich gekennzeichnete Beiträge laufen unter ausschließlicher Verantwortung der jeweiligen Autorinnen und Autoren.
www.werbemonitor.at



UW 779



Goldener Hahn 2026

VIELEN DANK



an alle Sponsorinnen und Sponsoren
sowie Partnerinnen und Partner



KURIER NÖN HORIZONT

www.goldenerhahn.at