

Ihre Fachgruppe

Werbung und Marktkommunikation



Das Prinzip: ein schneller Zugriff auf Informationen

Das Ziel: praxisorientierte Unterstützung

1.

Service

- **Vertretung der Landesinteressen auf Bundesebene**, um die gesetzlichen Grundlagen für die Arbeit der Mitglieder zu schaffen und zu wahren
- fachliche **Ansprechpartner**
- **Fachgruppenbüro:** Beratung bei Branchenfragen
- **Wert von Kreativleistungen:** „Handwerk“ Werbung und Kommunikation einen stärkeren Stellenwert verleihen
- Bildungsförderung (jährlich € 300,- pro Unternehmen)
- **Kooperationen** forcieren, für ein aktives Miteinander
- **werbemonitor.at**, umfassendes Online-Portal für den Wissenstransfer
- **Mein werbemonitor.at**, exklusive Informationen abrufen
- **Werbemonitor Print** (6 x pro Jahr), ausgesuchte und fachliche Themen
- laufende **Newsletter** zu aktuellen Themen
- **Kampagnen**, um die niederösterreichischen Kreativbetriebe und ihre Leistungen vor den Vorhang zu holen

2.

Wirtschaft & Recht

- **Erweiterte Rechtsberatung und -vertretung**
- **Erste Hilfe** bei rechtlichen Fragen (Nutzungsrechte etc.)
- Begutachtungen und Expertisen
- **Betriebshaftpflichtversicherung** nur € 22,20 jährlich
- **Cyberversicherung** nur € 22,20 jährlich
- AGB, Musterverträge und Präsentationsvereinbarungen
- Mustervereinbarung zum Urheberrecht in der Werbung
- Handbuch Werbung & Recht

3.

Tools & Praxis

- **Survival-Kit** für Jungunternehmer und Kreativbetriebe mit praxistauglichen und wertvollen Informationen
- **projektkalkulator.at**

4.

Markt & Branche

- Branchenstudien
- **Lehrlingsausbildung** (neuer Lehrberuf Medienfachfrau/-mann)
- **Seminare und Lehrgänge** zu Fachthemen

5.

Veranstaltung, Events & Vernetzung

- **Vernetzung und Wissensvermittlung:** Online Stammtische, regionale Stammtische gemeinsam mit den Bezirksvertrauenspersonen sowie weitere Online-Formate: Coffee CHAT, Experten TALK
- Landeswerbepreis **Goldener Hahn**

6.

Ausschussmitglieder und Bezirksvertrauenspersonen

- konstruktive Auseinandersetzung mit Branchenthemen
- **regionale Ansprechpartner**

Editorial

Wir bieten Ihnen, den Nominierten für einen Goldenen Hahn, mit der aktuellen Ausgabe eine Bühne, um Ihre Arbeiten vorzustellen. Diese Idee wurde schon im letzten Jahr mit Begeisterung aufgenommen. Grund genug, sie in diesem Jahr fortzusetzen und die nominierten Projekte zu präsentieren.

Wie Sie sehen, ist die Vielfalt von kleineren bis größeren Agenturen breit gestreut. Die Themenfelder der Projekte sind es ebenso. Es zeigt sich damit eine aktive und bunte Landschaft in der Kreativszene Niederösterreichs.

In diesem Jahr werden in elf Kategorien des niederösterreichischen Landeswerbe-preises Auszeichnungen verliehen: Out of Home, Print, Digital, Bewegtbild, Event, Dialog-Marketing, Public Relations, Verpackungsdesign, Grafikdesign, Eigenwerbung und Kampagne.

In den Kategorien Audio und POS | Messearchitektur kamen die erforderlichen fünf Mindestreichungen nicht zustande, daher konnten keine Bewertungen erfolgen.

Wie kommt es zu einer Nominierung?

Zu Beginn geht eine ausgewählte Anzahl an Onlinejuroren daran, die eingereichten Arbeiten zu bewerten. Das erfolgt streng nach Punkten. Die fünf am höchsten dotierten Arbeiten jeder Kategorie sind die Nominierten für einen Goldenen Hahn.

Die Fachjury hatte die verantwortungsvolle Aufgabe, aus den Toparbeiten die Besten der Besten zu bewerten. Auch hier haben wir einen erfolgreichen Weg fortgeführt und die gesamte Jurysitzung digital abgewickelt. Mehr über Meinungen, Eindrücke und Erfahrungen finden Sie im Werbemonitor 03/2023 oder online.

Als aktive Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation touren wir bei Betriebsbesuchen durch die Region, um unsere

Mitgliedsbetriebe persönlich kennenzulernen. Auch **die Location für den Goldenen Hahn wechselt** – diesmal machen wir Station in Grafenegg in der Eventlocation Reitschule. Die Sieger werden gekürt und ein Fest gefeiert, umrahmt von einem vielversprechenden Programm beim **Verleihungs-event am 20. Juni 2023**.

Fest steht: Es zahlt sich aus, einen Goldenen Hahn zu gewinnen! Wir haben für Sie zusammengefasst, was die Sieger erwartet. Abgesehen von positiven Auswirkungen auf das Geschäft, stehen die Gewinner im Mittelpunkt und ziehen alle Blicke auf sich – vor allem die der potenziellen Kunden. Was seitens der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation geboten wird, haben wir auf einer Seite zusammengestellt: Der Bogen spannt sich von Berichten und Werbung in Medien, Social-Media-Postings, die Bühne beim Verleihungs-event über die Goldenen Hahn-Trophäe, Fotos, Agenturporträts, Siegervideos bis hin zu einer Überraschungsaktion. Ebenso setzt sich das Motto des Goldenen Hahn AD:CETERA – also „und noch mehr“ – konsequent fort.

Jetzt heißt es noch, sich in etwas Geduld zu üben, und dann geht es zum fulminanten Finale: „Der Goldene Hahn geht an ...“

Mein Team und ich gratulieren Ihnen sehr herzlich. Ich freue mich auf ein Wiedersehen beim Verleihungs-event!

Ihr
Andreas Kirnberger



Foto: Philipp Monihart/charakter.photos

Andreas Kirnberger
Obmann der WKNÖ
Fachgruppe Werbung und
Marktkommunikation

//
*Herzliche
Gratulation an
alle nominierten
Agenturen!*

Schenken Sie uns ein Like!
Folgen Sie uns auf Social Media:



bit.ly/3ELRugt



bit.ly/3DCFOLC



bit.ly/31D0wMm

Inhalt

- 03 *eDiToriaL*
- 06 *Out OF HoMe*
- 08 *PRinT*
- 10 *DigitAl*
- 12 *BEweGTbILd*
- 14 *eVeNT*
- 18 *DiALog - mARKeTiNG*
- 20 *PuBLic ReLaTioNs*
- 22 *vErPAcKUnGSDeSiGn*
- 24 *gRaFiKDeSiGn*
- 26 *EiGENWeRBUNg*
- 28 *kAMPaGNe*

Die Reihung der Sujets ist willkürlich und stellt keine Wertung dar. Aus Platzgründen wird in jeder Kategorie nur ein Auszug der Originaltexte dargestellt. Mehr über die nominierten Arbeiten finden Sie online: bit.ly/3HZIVad

Das sagen die Gewinner des Goldenen Hahn 2022

Beate Mehler

ghost.company, www.ghostcompany.at

„Der Gewinn des Goldenen Hahn bringt vielfachen Nutzen. Zuerst einmal ist er eine Anerkennung für das Team der Agentur. Der Agenturalltag ist oft ganz schön hart – und da tun solche Preise wirklich gut. Sie sind also ein echter Motivator – und wirken sich auf die Qualität des Outputs aus. Aber der Goldene Hahn ist auch ein starkes Zeichen nach außen. Wenn Unternehmen eine Agentur suchen, ist der Goldene Hahn ein Opener und macht einfach einen Unterschied aus. Die Begehrlichkeit steigt. Und nicht zuletzt sind die Kunden, deren Kampagnen gewonnen haben, sehr stolz und bekommen bestätigt, bei der richtigen Agentur zu sein!“

Philipp Pieh-Sandbeck

Gebrüder Pixel, www.gebruederpixel.at

„Wir stellen unsere Arbeiten regelmäßig auf die Probe und lassen sie von unabhängigen Experten bewerten – nur so können wir lernen und besser werden. Awards wie der Goldene Hahn sind ein Beispiel dafür und der Gewinn 2022 hat uns als Team bestärkt und motiviert, unseren Weg weiterzugehen.“

Florian Mainx

Werbereich, www.werbereich.at

„Gewinner des Goldenen Hahn zu sein ist immer eine schöne Bestätigung für das Team, dass die Arbeit sowohl von unseren Kunden als auch darüber hinaus geschätzt wird und Anklang findet. Daraus ergibt sich stets auch ein Motivationsschub, dranzubleiben und nicht nachzulassen. Für die Agentur bedeutet die mediale Präsenz, die hier generiert wird, zudem viel positive Resonanz und im Zeitfenster auch Aufmerksamkeitsgewinn.“

Thomas Goiser

Thomas Goiser Projektkommunikation, www.goiser.at

„Den Kunden des Siegerprojekts hat es sehr gefreut. Als EPU wurde ich plötzlich viel sichtbarer und darf nun weitere Top-Kunden aus Niederösterreich unterstützen.“

Richard Weiretmayr

Lumsden & Friends, www.lumsdenandfriends.at

„Natürlich zählt einerseits das Prestige, sich gegen die Besten des Landes durchgesetzt zu haben, andererseits bringt der Gewinn Zufriedenheit bei bestehenden und Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden.“



Foto © Philipp Hutter

Kathrin Hofer

Hofer Media, www.hofermedia.at

„Der Gewinn des Goldenen Hahn hat bei uns in der Region einen enormen Stellenwert und gilt als Qualitätssiegel unserer kreativen Arbeit sowie der technischen Umsetzung. Das ist durch die positiven Rückmeldungen unserer Kunden und unsere gute Auftragslage auch spürbar!“

Lukas Leitner

Cayenne Marketingagentur, www.cayenne.at

„Für uns als ein in Niederösterreich stark verwurzelt Unternehmen hat der niederösterreichische Landeswerbepreis eine ganz besondere Bedeutung und ist ein willkommener Beleg für eine erfolgreiche Tätigkeit auf einem unserer Kernmärkte.“

Jeremias Buchinger

Branding Brothers, www.brandingbrothers.at

„Den Goldenen Hahn 2022 zu gewinnen war für uns die beste Bestätigung, dass wir mit unserem Partner auf dem richtigen Weg sind – wir haben das entsprechend gefeiert. Eine Verleihung und Auszeichnung sehen wir als Plattform, um Projekte einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren. Davon profitieren wir als Agentur genauso wie unsere Partner – denn so steigern wir den Markenwert auf beiden Seiten, eh klar.“

Michael Leitner

Leitidee, www.leitidee.at

„Der Goldene Hahn war eine große Freude für uns und ein unvergessliches Moment, als wir als Sieger ausgerufen wurden. Für die Zukunft ist er umso mehr Ansporn, unseren Weg weiterzugehen und die Qualität unserer Services auszubauen.“

Kategorie Out OF HoMe

Im Bereich Außenwerbung geht es um folgende Arbeiten: Plakate und Poster, statische oder dynamische Visualisierungen für elektronische Werbeflächen (ohne Ton), Verkehrsmittelwerbung innen und außen, Ausstellungsdesign, Leitsysteme, Citylights, Rolling-Boards, Bannerwerbung und Werbung im öffentlichen Raum. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Der Karpfen – Der Held im Teich! Infotafeln zu Fischeichen in NÖ, OÖ, Stmk., Sbg., Ktn. und Bgl.

Werbeagentur NEXUS GmbH
www.agentur-nexus.at

Kunde: NÖ Teichwirteverband, St. Pölten

Karpfen gewinnen auf unseren Speiseplänen immer mehr an Bedeutung. Infotafeln an 72 österreichischen Teichen sollen Erwachsenen und Kindern dieses Thema näherbringen. Für die Gestaltung wurden eine eigene CI entwickelt, erdige Farben verwendet und der Fokus darauf gelegt, dass sich die Tafeln gut in die Landschaft einfügen, aber doch von Weitem sichtbar sind.

SGP Wohnbau – auf gute Nachbarschaft

Heavystudios Werbeagentur GmbH
www.heavystudios.at

Kunde: Pielachtal Gemeinnützige Bau- u. SiedlungsgmbH

SGP Wohnbau kümmert sich nicht nur um die Errichtung leistbarer Wohnungen für Jungfamilien und Senioren, sondern fördert außerdem die Gemeinschaft durch engagierte Kundenbetreuung. Passend zu den Unternehmenswerten wurde somit die Pflege der „guten Nachbarschaft“ ins Zentrum gerückt und unter anderem im Key Visual aufgegriffen.



Busbranding mit Wohlfühlerlebnis

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Schinner Wintergarten

Mit Hingabe am Werk, absolute Präzision und visionäre Gestaltung. Diese Philosophie galt es, auf die rollende Werbefläche bestmöglich zu platzieren. Mit der Rundumbeklebung des IVECO Busses gelang es, das Wohlfühlerlebnis von Schinner Wintergärten einzufangen.



Thaya lauscht Šramlfest

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Na Věčnosti z.s.

Das Šramlfest im südmährischen Znaim ist in seiner Ausführung und der attraktiven Ortslage einzigartig in Tschechien. Außergewöhnliche Musikanten, Straßentheater, Kulinarisches und Ausstellungen locken Besucher an einen Ort, wo sich sehenswürdige Architektur und der Nationalpark Thayatal begegnen. Das Werbeplakat soll mit der Thaya und der Stadt all diese Elemente in einem Bild verbinden und widerspiegeln.

Hände

Lumsden and Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: Verein Puls

Jeder Mensch hat immer ein Reanimations-Werkzeug dabei: die eigenen Hände. Anstatt mit den Händen lange rumzuschimpfen, fies zu sein oder zu beten, sollte man besser anpacken und Leben retten. Das ist die Botschaft des Verein Puls, umgesetzt von Lumsden and Friends. Denn ob man im Notfall zupackt, kann bis zum Eintreffen professioneller Hilfe zwischen Leben und Tod entscheiden.



Kategorie *PRinT*

Die Kategorie Print umfasst Einzelanzeigen, Einzelinserate, Anzeigenserien oder Advertorials in Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen und sonstigen Printmedien. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Mamma Mia

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: KBB – Kulturbetriebe Burgenland GmbH /
Seefestspiele Mörbisch

Die Seefestspiele Mörbisch luden zur Präsentation für die Bewerbung des Events „Mamma Mia“ im Sommer 2023 ein. Daraus geworden ist eine neue Linie für die Seefestspiele, um neben dem Event auch das Branding der Seefestspiele mit einer durchgängigen Linie für die kommenden Jahre nachhaltig zu stärken. Das Sujet im Stil eines Kinoplates spricht eine breite Zielgruppe an. Das Feedback ist jedenfalls „sensationell“, so Generalintendant Alfons Haider.

Der König und ich / Neumayer Bau

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Neumayer Bau

Clean und reduziert kommt das neue Corporate Design von Neumayer Bau daher. In der Kommunikation gibt Neumayer Einblicke in seine Bauvorhaben, ohne dabei auf einen impactstarken Auftritt mit starker Wiedererkennung zu verzichten. Das folgende Anzeigensujet erschien im Programmheft der Seefestspiele Mörbisch zur Inszenierung von „Der König und ich“.



Kinderfreunde Niederösterreich Rätselspass

SCHERZ Werbeagentur KG
www.agentur-scherz.at

Kunde: Kinderfreunde Niederösterreich

Ein Heft für die Kinderfreunde Niederösterreich voller kniffliger Aufgaben für Kinder ab 6 Jahren. Bereit für den bunten Rätselspass? Dann an die Stifte – fertig – los!



Festschrift 50 Jahre Lorenz Consult

Strass-Wasserlof e.U. Public Relations
www.wasserlof-communications.com

Kunde: Lorenz Consult ZT GmbH

Sein 50-jähriges Bestehen feierte das Grazer Ziviltechnik-Unternehmen Lorenz Consult im Juni 2022 und beschenkte sich mit einer Festschrift zum Firmenjubiläum. Die Agentur würdigte darin den unternehmerischen Erfolg von CEO DI Christian Lorenz und das Lebenswerk seines Vaters, des Firmengründers Werner Lorenz. Dabei wurde auf 32 Seiten ein Bogen von den Anfängen bis in die Zukunft als weltweit erfolgreicher Player gespannt.

Mauser INSIDE Mitarbeiterzeitung

Strass-Wasserlof e.U. Public Relations
www.wasserlof-communications.com

Kunde: Walter Mauser GmbH

INSIDE ist eine klassische gedruckte Mitarbeiterzeitung und dient als Form des Corporate Publishing der internen Kommunikation des führenden Herstellers von Fahrerkabinen, MauserCABS. Der regelmäßig erscheinende 4-Seiter stellt einen gelungenen Mix aus Unternehmensinterna, Vertriebs-einblicken und der sympathischen Vorstellung verschiedener Abteilungen bzw. einzelner Mitarbeitender dar.



Kategorie *Digital*

Hier geht es um Marketingmaßnahmen, die mithilfe des Internets erfolgen. Teilgebiete sind klassische Bannerwerbung, Suchmaschinenmarketing und vergleichbare Werbemaßnahmen, z. B. Auftritte, Umsetzungen, Kampagnen in sozialen Medien und Netzwerken (Facebook, Apps, Twitter, YouTube etc.), Applications, Browser-Games, Webauftritte, Microsites und entsprechende Onlineprojekte bzw. Internet-Promotion. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Pop the Cob

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Jüly Snacks

Qualität ist unser Anspruch – so lautet der Leitsatz von Franz Jüly jun., Geschäftsführer des jungen Unternehmens Jüly Snacks. Bereits mit 17 Jahren begann der Jungunternehmer mit der Planung und Umsetzung von innovativen Produkten wie beispielsweise „POP A BIO COB“; weitere sollten folgen. Ganz klar, dass Franz Jüly jun. auch beim Markteintritt nichts dem Zufall überlassen hat und Kotschever Weiss als Agentur beauftragte.

WUB – Deine App für Werkzeug und Baumaschinen

DeineSeite.at E.U. App Entwicklung
www.deineseite.at

Kunde: Sven Medrow

Die WUB-App ist eine Plattform für Werkzeug- und Baumaschinenvermietung, die es ermöglicht, schnell, einfach und unkompliziert Geräte in der Nähe zu mieten.



Website – Franz von Grün

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: Die Kleine Freiheit GmbH

Zwischen den Weinbergen vor den Toren Wiens gibt es einen Ort, an dem sich zwei Welten verbinden, wo der Jägerhut neben dem (Werk vom) aufstrebenden Künstler an der Wand hängt. Eine unverwechselbare Eventlocation für Designbäuerinnen und Weinkreative. Kurz gesagt: Hätten ein Heuriger und ein Atelier ein Kind, wäre es „Franz von Grün“ – eine Location, die eine Brücke zwischen Stadt und Land schlägt und dabei das Beste von beidem verbindet.



Brew Meister

Zeichenschatz e.U.
www.zeichenschatz.net

Kunde: Anton Paar ConsumerTec GmbH

Über die App Brew Meister können Heimbrauer Stammwürze und Alkoholgehalt mit den Geräten von Anton Paar messen. Die auffallende Typografie macht die Messwerte zu den Stars. Strahlende Farben, minimalistische Animationen und ein Design-System für Light- wie Darkmode machen Freude in der Bedienung. Das markante Design spricht so eine junge, hippe und internationale Benutzergruppe an.

Zum Schluss war's immer der Gärtner

Max Himself – Branding & Design
www.max-himself.at

Kunde: Gartenbau – Thomas Haderer

Besuchern der Website die angebotenen Kompetenzen und Leistungen mit Witz und Sympathie näherzubringen – das war das Ziel des Website-Relaunches. Mit frechen, teils zweideutigen Überschriften und eigens geschooteten Stimmungsbildern ist das laut Neukunden-Feedback mehr als gelungen.



Kategorie **BEweGTbILD**

Alles dreht sich in diesem Bereich um Web-Videos, Einzel- oder Serienspots, die in TV-Werbeblöcken gelaufen sind, Kinospots, Videopodcasts, Image- oder Produktfilme, Animationen und Internetvideos mit maximal drei Minuten Länge. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



SowasWie – Das junge Ratespiel

NEULICHT FILM
www.neulichtfilm.at

Kunde: GOURMET Kids

In der von NEULICHT FILM umgesetzten Produktion erklären Kinder in zehn Folgen Begriffe rund um das Thema Kochen und Ernährung. Im Rahmen einer Onlinekampagne auf Social Media haben die Zuseher die Möglichkeit, durch Postings mitzuraten und einen Preis zu gewinnen. Der Bär Gourmelino, der Host der Show, präsentiert, wenn gewünscht, auch gerne die Auflösung.

Animationsfilm Leidenfrost LOFT 3 S

Andreas Gabler
www.gablerwerbungfilm.com

Kunde: Leidenfrost-pool GmbH

Die neue Poolserie LOFT 3 S wurde 2022 erstmals vorgestellt. Noch bevor Kunden das neue Designbecken bei sommerlichen Temperaturen live erleben können, wurde mit einer realistischen 3D-Animation der LEIDENFROST POOL | LOFT 3 S zum Leben erweckt. Gezeigt wird der Film bei Messeauftritten, auf der Website, YouTube und bei Verkaufsgesprächen.



Loimer – Große Reserve

Point of View GmbH

www.pov.at

Kunde: Weingut Loimer

Feinperlige Schaumbildung, die lange und gemütlich nachperlt, intensive Hefenoten, Biskuit und Apfelschalen: Das macht Lust auf einen großartigen Sekt! Und wenn man das in einen Film verpackt, erfährt man nicht nur etwas über die Herstellung, sondern möchte sich auch sofort ein Glas einschicken!



Weitwanderweg Kremstal

Point of View GmbH

www.pov.at

Kunde: Donau Niederösterreich

Auf 15 Etappen unterschiedlicher Länge und Schwierigkeitsgrade ist der Weitwanderweg für alle Naturliebhaber gleichermaßen geeignet. So wird die Tour für Groß und Klein erlebbar. Jede Etappe hat ihre besonderen Höhepunkte. Von prächtigen Kirchen über eindrucksvolle Ruinen und Weinerlebniswelten bis hin zu spannenden Waldlehrpfaden. Damit wird jeder Abschnitt zu einem einzigartigen Erlebnis.

ŠKODA KAMIQ

Cayenne Marketingagentur GmbH

www.cayenne.at

Kunde: Porsche Austria GmbH & Co OG – Großhandel für ŠKODA

In diesem 30“ TV-Spot mit einem Cut-Down auf 15“ für Online-Zwecke ist das Auto der absolute Hero. Begleitet von fetziger Musik und passenden Supers werden der Funfaktor und die Lust, das Auto als perfekten Begleiter in jeder Lebenslage zu haben, suggeriert. Ein Spot ohne Voice-Over – Bilder, Musik und eingblendete Texte sagen alles aus. Egal worauf du Lust hast: „Let’s GO: Der ŠKODA KAMIQ bringt dich ans Ziel.“



Kategorie eVeNT

In dieser Kategorie geht es um die schlüssige Information der Zielgruppen und um die emotionale Inszenierung von Unternehmen, Produkten sowie Themen öffentlicher Bedeutung. Beispielsweise Tage der offenen Tür, Veranstaltungen, Konferenzen, Kongresse, Roadshows, Ausstellungen, Messen und Events. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Wienerberger Maurer-5-Kampf

That's the way Eventmanagement GmbH
www.thatstheway.at

Kunde: Wienerberger Österreich GmbH

Mit dem Wienerberger Maurer-5-Kampf ist es gelungen, die Kunden auf eine völlig neue Art anzusprechen. In ungezwungener Umgebung wurden bei der Suche nach dem stärksten Maurer Österreichs Kontakte geknüpft bzw. vertieft. Der sportlich anspruchsvolle Bewerb lieferte jede Menge Gesprächsstoff für spätere Kundenbesuche und -telefonate. Und es war natürlich auch eine „Riesen-Hetz“.

10 JAHRE GLOBAL PEACE PHOTO AWARD

Edition Lammerhuber
www.lammerhuber.at

Kunde: Vienna Peace Foundation

Am Abend des 14. November 2022 wurden zum zehnten Mal die fünf Gewinner des internationalen Fotowettbewerbs Global Peace Photo Award im österreichischen Parlament mit der Alfred-Fried-Friedensmedaille ausgezeichnet. Die alljährlichen Verleihungen sind zu einem Gipfeltreffen weltweit anerkannter Vertreter des Friedens und der Menschenrechte geworden.



meinlocation.at Netzwerkabend

SCHERZ Werbeagentur KG

www.agentur-scherz.at

Kunde: meinlocation.at

Das Gründer-Duo Dominik Scherz und Lukas Hasenauer bietet mit dem Online-Locationfinder www.meinlocation.at besondere Locations und ausgewählte Event-Dienstleister aus Wien, Niederösterreich, Burgenland und Oberösterreich. Einmal jährlich laden sie zu einem exklusiven Netzwerkabend und bieten so den Partnern eine Bühne zur Präsentation.



Radlandpreis

Schreibis – Die Werbeagentur

www.agenturschreibis.at

Kunde: Radland NÖ – Agentur für Aktive Mobilität

Wie bringen Sie Ihre Mitarbeiter oder Gemeindebürger auf Rad und in Gang? Spielerisch! Wettbewerbe wecken den Ehrgeiz und Siegerlächeln sind ansteckend. Wenn das nicht zum Kilometersammeln motiviert! Der Radland-Preis holt Projekte und Initiativen vor den Vorhang, die das Bewusstsein für aktive Mobilität fördern – und alle 573 niederösterreichischen Gemeinden sind eingeladen, mitzumachen.

Bundeslehrlingswettbewerb Maler & Beschichtungstechniker:innen

mp medienpoint e.U.

www.medienpoint.at

Kunde: Landesinnung der Maler und Tapezierer NÖ

Die Aufgabenstellung lautete, nach zwei Jahren Corona-bedingter Pause ein absolut unvergessliches Event rund um den Bundeslehrlingswettbewerb der Maler und Beschichtungstechniker:innen zu organisieren sowie rundum zu gestalten und zu begleiten – mit Pressebetreuung und Pressegesprächen, Sponsor-Suche und -Betreuung, Erstellung der Werbelinie, Organisation des Rahmenprogramms, Betreuung vor Ort und Moderation der Siegerehrung.





Werbung monitor

Social Media Performance Heroes

Immer TOP informiert bleiben,
jetzt unseren Social-Media-
Kanälen folgen:



bit.ly/3ELRugt



bit.ly/3DCFOLC



bit.ly/31DOWMm



Das erste Reel mit der Ankündigung zum Goldenen Hahn 2023 erreichte unfassbare **41.895 Personen**.



Auch unsere **EPU** und **KMU** wurden von Isabella Osaben in einem Reel motiviert, beim Goldenen Hahn 2023 mitzumachen. Dieses Reel erreichte über 14.000 Personen.



Der Aufruf in den sozialen Medien, ein Teil der Jury beim Goldenen Hahn 2023 zu werden, war äußerst erfolgreich. Die Jury steht fest!



Auch unseren tollen **Partnern** beim Goldenen Hahn 2023 widmeten wir einen Beitrag und haben DANKE gesagt!



Das Reel mit Obmann Andreas Kirnberger und unserem **Augmented Reality Goldenen Hahn** konnte über 33.600 Personen erreichen.

Das erwartet die Gewinner

Der Gewinn eines Goldenen Hahn bringt sehr viel: Er hat positive Auswirkungen auf das Geschäft, ist ein Türöffner und erregt die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden. Ebenso wirkt er nach innen ins Team, als Motivationsschub und Bestätigung für das Engagement.

Berichte und Werbung in Medien

Im Vorfeld des Goldenen Hahn wird intensiv kommuniziert und promotet, mit Berichten in verschiedenen regionalen und überregionalen Medien wie Bezirksblätter, NÖN oder Kurier, Wirtschaft in NÖ und natürlich ausführlich im Werbemonitor. Die Nachberichterstattung ist uns sehr wichtig! Jeder soll davon erfahren. Hinzu kommt, dass jeder Gewinner in den Bezirksblättern/Regionalmedien sowohl online als auch in der Printversion mit einem Kurzbericht vertreten ist. Weiters werden jeweils eine Sonderedition des Werbemonitor „Nominierte“ und „Gewinner“ veröffentlicht und dabei alle Arbeiten präsentiert.

Agenturporträts

Im Werbemonitor Print und online wird für jeden Gewinner ein informatives Agenturporträt erstellt, in dem sich Agentur oder Kreativbetrieb vorstellen. Der Onlinebericht bleibt über einen längeren Zeitraum einblendet.

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 Verleihungs-events, um die großartige Atmosphäre zu vermitteln und live zu berichten. In den Wochen nach der Verleihung des Goldenen Hahn wird jede Gewinneragentur einzeln mit einem Agenturporträt präsentiert.

Verleihungs-event Goldener Hahn

Er wird jährlich mit Spannung erwartet. Der Verleihungs-event findet immer in einem geschmackvollen Ambiente statt und bietet ein großartiges Rahmenprogramm und hervorragendes Essen. Ein würdiges Setting, um die Gewinner, ihre Kunden und Projekte gebührend zu feiern.

Überraschungsaktion

Jeder Sieger darf sich zusätzlich über eine Überraschung freuen, die seine öffentliche Präsenz verstärkt. Mehr wird noch nicht verraten.

Siegervideos

Von jedem Sieger wird ein eigenes Video erstellt. Dieses steht der Agentur zur Verfügung, wird im Werbemonitor online präsentiert und auf den Werbemonitor YouTube-Kanal hochgeladen. Weiters gibt es wieder eine Kooperation mit dem ORF Niederösterreich, in dem die Gewinner mit einem Video vorgestellt werden.

Trophäen und Fotos

Nominierte und Gewinneragenturen erhalten eine Trophäe und natürlich werden Fotos gemacht.

Kategorie **DiALog - MaRKeting**

Die Arbeiten sollen ein- oder mehrstufige Dialog-Marketing-Maßnahmen zeigen, mit denen personalisierte oder nicht personalisierte Zielgruppen angesprochen werden. Es kann sich dabei zudem um einzelne Mailings oder umfassendere Dialog-Marketing-Kampagnen handeln. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Wir für Bienen

Schreibeis – Die Werbeagentur

www.agenturschreibeis.at

Kunde: eNu – NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH

„Wir für Bienen“ möchte die gesamte Bevölkerung aufrufen, ihren Teil zur biologischen Vielfalt beizutragen und den Bienen und Insekten Heimat zu geben. Land der Bienen: Wusstest du, dass in Niederösterreich fast 700 verschiedene Bienenarten zu Hause sind? Das ist Rekord in Mitteleuropa! Mit der Ferienaktion „Wir für Bienen“ für schlaue Kids von 4 bis 11 sollen auch Kinder spielerisch über das Thema Bienen informiert werden.

Roto – Jede 2. Runde geht aufs Haus

ghost.company Werbeagentur Michael Mehler e.U.
www.ghostcompany.at

Kunde: Roto Frank Holding AG

Roto Dachfenster werden besonders in Fachkreisen für ihre Qualität und ihren hohen Innovationsgrad geschätzt. Zur Aktivierung bestehender Erstkontakte aus dem B2B-Fachbereich wurde ein kreatives Direkt-Mailing realisiert. Der Roto-Vertrieb konnte so wieder leicht ins Gespräch kommen und wertvolle Fachkunden dazugewinnen.



Weil es um Ihre rechtliche Absicherung geht – 3D-Mailing der D.A.S. Rechtsschutz AG

dialog one Direct Marketing GmbH
www.dialog-one.at

Kunde: D.A.S. Rechtsschutz AG

In Kontakt kommen mit der Zielgruppe Steuerberater und Wirtschaftsprüfer? Noch dazu über ein komplexes Thema der rechtlichen Absicherung der Kanzlei. Unmöglich? Nein, aber sicher nicht einfach! „Weil es um Ihre rechtliche Absicherung geht“ – unter diesem Titel entwickelte die Agentur dialog one für die D.A.S. Rechtsschutz AG ein sympathisches, spielerisches 3D-Mailing.



Video-Vorstellungs-Mailing Rcode Zero DNS

dialog one Direct Marketing GmbH
www.dialog-one.at

Kunde: ipcom GmbH

Exakt selektierte Personen mit wenig Zeit ansprechen und ihnen eine komplexe Lösung nahebringen – mit dem Video-Vorstellungs-Mailing „Rcode Zero DNS“ ist dieser Spagat gelungen. Das Video-Mailing macht neugierig und nimmt direkt mit den Ansprechpartnern Kontakt auf: In zwei straight gestalteten Video-Botschaften werden CEOs und IT-Leiter erfolgreich adressiert.



After Work Session

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: AVB Kultur & Freizeit GmbH – Stadtmarketing

Mit dem ganzen Team nach Dienstschluss auf einen Drink gehen. Gemeinsame Stunden, Freunde treffen, Netzwerke knüpfen und den Feierabend genießen. Das ist die After Work Session in Amstetten. Planbar übers Jahr durch fixe Termine. Immer wieder neue Locations, coole Specials vor Ort und ständiger Dialog mit den Gästen. Sie haben alle Informationen in den Händen. Echt, ehrlich und größtenteils analog.



Kategorie PuBLic ReLaTioNs

Die Kategorie Öffentlichkeitsarbeit enthält Kampagnen oder Maßnahmen im Rahmen einer Gesamt-PR-Konzeption sowie Einzelaktivitäten auf dem Gebiet der internen oder externen Öffentlichkeitsarbeit sowie Corporate Publishing. Beispiele: typische Public-Relations-Aktivitäten, gegebenenfalls inklusive Medienbeobachtung und Lobbying-Aktivitäten. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Koch-Show für Heurigen und Gastronomie

diezwei marketing
www.diezwei-marketing.at

Kunde: Evergreen Agrarprodukte

Das Familienunternehmen Evergreen aus Niederösterreich (Oeynhausen) möchte sich als regionaler Bio-Anbieter von Tofu und Sprossen bei den regionalen Heurigen und Gastronomiebetrieben in Stellung bringen. diezwei marketing konzipierte zwei Kochevents für die regionalen Heurigen und Gastronomiebetriebe. In Zusammenarbeit mit einer Ernährungswissenschaftlerin wurden Kreationen aus der gängigen Heurigenküche in einer vegane Version nachgekocht.

Kundenmagazin „SAUERstoff“ & Brettspiel „FAHRSTUNDE“

Invia GmbH | ViNiA Marketing & Werbung
www.vinia.at

Kunde: Fahrschule Sauer

Wer viel zu erzählen hat, der soll das auch tun! Die Fahrschule SAUER folgt dieser Aussage seit Sommer 2022 in Form der Kundenzeitung „SAUERstoff“, die zwei Mal jährlich erscheint. Dort findet man nicht nur alles über die verschiedenen Ausbildungsmöglichkeiten in Sachen persönlicher Mobilität, sondern noch viel mehr Lesestoff: Interviews = Gesprächsstoff, Benzinsparen = Treibstoff, Engagement = Hilfsstoff ...



A.B.C.MEISEN

PINKFiSH Creatives – Kreativagentur Jasmin Olscher
www.pinkfish.at

Kunde: GVA Mödling – Gemeindeverband für Abgabeneinhebung und Umweltschutz im Bezirk Mödling

An acht Einstiegen zu beliebten Wanderrouten des Naherholungsgebiets im Bezirk Mödling informieren Tafeln über die lange Verrottungsdauer von achtlos weggeworfenem Abfall in der Natur. Zusätzlich angebrachte Müllsackert-Spender und Mülleimer unterstützen bei der Abfallentsorgung. Ziel der Kampagne „Saubere Natur – Lass keinen Abfall zurück“ ist die Sensibilisierung.



Kulturmanifest | Workbook für gesundes Wachstum & Pflege der Unternehmenskultur

emotion banking
www.emotion-banking.at

Kunde: Hypothekarbank Lenzburg

Diese Zeilen wollen dich bewegen. Im Geist. Im Tun. Sie wollen Mut machen und mobilisieren. Sie wollen inspirieren und navigieren. Sie wollen dich – ja, genau DICH – anregen, scheinbar Selbstverständliches zu hinterfragen und anders zu machen. Und sie wollen dich anregen, Gutes wertzuschätzen, Erfahrungen und gelernte Erkenntnisse zu nutzen, um miteinander etwas Großes zu schaffen.

Natur erleben grenzenlos

Schreibeis – Die Werbeagentur
www.agenturschreibeis.at

Kunde: Agnes Feigl Ingenieurbüro für Landschaftsarchitektur

Im Rahmen der Niederösterreichischen Landesausstellung 2022 wurde für die Region Marchfeld das Projekt „Natur erleben grenzenlos“ umgesetzt. An 14 ausgewählten Schauplätzen wurden Objekte zum Verweilen installiert. Auf Tafeln, die zweisprachig aufgebaut sind, werden Inhalte und Besonderheiten in Wort und Bild gezeigt. Zusätzlich gibt es eine Ausstellungs-Broschüre in Deutsch und Slowakisch.



Kategorie vErPACKUnGSDeSIgn

Die Arbeiten umfassen Verpackungen jeder Art, Etiketten, Produktbeschriftungen und -bedruckungen, Muster sowie Dekore. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Salty Chamber Spirit / Handcrafted Gin

Branding Brothers GesbR
www.brandingbrothers.at

Kunde: David Daxner

Die neue Marke „Salty Chamber Spirit“ steht für außergewöhnliche Gins. Die Etiketten für die ersten Variationen – Stone Pine, London Dry und Lime Leaf – sind eine Hommage an Davids Liebe zum Salzkammergut und verleihen der Marke gleichzeitig Authentizität. Die fein aufeinander abgestimmten Details der Illustrationen und die ausgewählten Schriften unterstützen das Gefühl des Ursprünglichen – traditionell, meistens modern, immer handgemacht.

Vinosphäre Schropp

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: Weingut Schropp

Eindrücke, Erfahrungen, Produkt, Design, Architektur, Handwerk, Geschichte, Menschen – all das verbindet der Wein. Ein in sich geschlossenes Ganzes, geschaffen aus eigenständigen Elementen, die um eine gemeinsame Mitte kreisen. Das Packaging spiegelt durch Farbe und Form diesen Weinkosmos wider. Kreise, Kurven und Rechtecke überschneiden und tangieren sich wie Himmelskörper auf ihren Bahnen um einen gemeinsamen Gravitationspunkt.



Stift Klosterneuburg

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: Weingut Stift Klosterneuburg GmbH

Unter dem Motto „Innovation aus Tradition“ ging es beim neuen Design des Stifts Klosterneuburg darum, eine fast 1000-jährige Tradition zeitgemäß zu verpacken. Angelehnt an die Form einer Bischofsmütze, bildet die Tradition so subtil wie buchstäblich den Hintergrund, auf dem sich das Etikett entfaltet. Gezielte Veredelungen (Lack und Goldprägungen) und die hochwertige Textur des Papiers transportieren die Qualität des Weines.



HUTSCHN BRÄU Ringelspiel

Marzek Etiketten + Packaging
www.marzek.at

Kunde: HUTSCHN BRÄU, Ernst Hrabalek

Das „beste Bier“ benötigt exzellentes Grafikdesign in Form von Etiketten, Verpackungen und Visitenkarten. Auf allen Sujets prangt das Karussellpferd, das das Hutschn Bräu als fixes Element in seinem Corporate Design integriert hat. Die Darstellung ist das Re-Design einer alten Vorlage und wurde als schwarz-weiße Strichzeichnung ausgeführt, wobei die schwarzen Striche mit Sieblack hervorgehoben wurden.

Pecoraro Balsamico – Etiketten und Verpackungen

Designbüro Wienerwald
www.dbww.at

Kunde: Pecoraro Balsamico

Pecoraro Balsamico ist ein in Klosterneuburg ansässiger Familienbetrieb und einziger Hersteller des berühmten Aceto Balsamico tradizionale in Österreich. Der Generationswechsel im Jahr 2022, von Vater Herwig auf Sohn Mario Pecoraro, war Anlass für eine Neugestaltung der Etiketten- und Verpackungsreihe. Ziel war es, das einzigartige Flaschenform-Design hervorzuheben und den Fokus auf die Unterscheidungsmerkmale der drei Sorten zu legen.



Kategorie *gRaFiKDeSiGn*

In dieser Kategorie geht es um die visuelle Gestaltung. Dazu gehören CD-Konzepte inklusive Logo bzw. Wort-Bild-Marken, CD-Manuals, Geschäftsausstattung, Prospekte, Kataloge, Drucksorten, Typografie oder Brand Design. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



HELDYN, cause we care

designbar | creativity happens
www.creativityhappens.at

Kunde: HeldYn Care GmbH

HeldYn ist ein Start-up, das das Pflegesystem in Österreich revolutioniert. Innovation und Motivation gleichgesetzt mit der Liebe zum Mitmenschen standen deshalb groß im Raum der Brand-Entwicklung. Ziel war es, ein CD inklusive diverser Drucksorten, Tone of Voice, Folder, Streuartikel, Messestände, im Speziellen jedoch ein Interface-Design für die digitale Pflege- und Therapieplattform zu schaffen.

Branding – Tatarie Marie

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: Tatarie 1010 GmbH

Ein Gastronom, ein Designer, ein Koch und ein Rinderzüchter gründen ein Lokal – was wie ein Witz begann, gipfelt in einer innovativen kulinarischen Pointe: schnelles Essen auf höchstem Niveau. Top-Gastronom Marco Simonis, Haubenkoch Dominik Stolzer, Bio-Rinderbauer Hannes Hönegger und Werber Florian Mainx wollten mit der Tatarie Marie das Konzept Fast Food neu definieren.



Kultursommer

Lumsden & Friends KG

www.lumsdenandfriends.at

Kunde: Kultursommer Wien

Der sechswöchige Event Kultursommer wurde ins Leben gerufen, um regionale Künstler nach Corona zu unterstützen. Doch wie bekommt man dafür Aufmerksamkeit, wenn zeitgleich die Konkurrenz mit Festwochen, Tanzfestival und Donauinselfest samt Weltstars lockt? Mit einem bestechenden, unübersehbaren Design. Geschaffen von Lumsden and Friends.



o*books | Die Buchhandlung.

designbar | creativity happens

www.creativityhappens.at

Kunde: o*books OG

Ort ohne Grenzen, ohne Berührungsängste, ohne Vorurteile, offen, open minded, ozean of life, opportunities, Orchester der Vielfalt, online und offline ... ohhh? – oho! ... oooooo. Ein Name entsteht ... o mit Sternchen – welches in unserem Lesalltag als Gender-Sternchen bekannt ist. Mit dem Asterisk werden nicht nur die männliche und die weibliche Form, sondern alle sozialen Geschlechter sowie Geschlechtsidentitäten gleichermaßen repräsentiert.

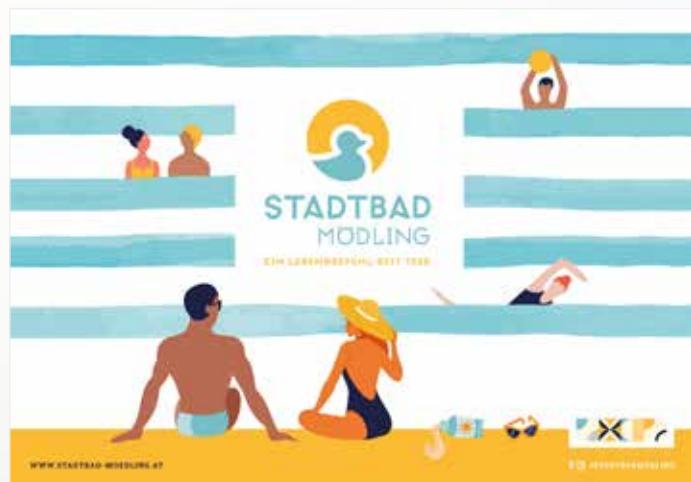
Das Stadtbad mit der blauen Ente – Ein Lebensgefühl seit 1928

PINKFiSH Creatives – Kreativagentur Jasmin
Olischer

www.pinkfish.at

Kunde: Stadtgemeinde Mödling – Stadtbad Mödling

Der Claim „Ein Lebensgefühl seit 1928“ spiegelt die Tradition des Stadtbades Mödling wider, welches seit 1928 ein wesentlicher Bestandteil der innerstädtischen Erholungsmöglichkeiten ist. Ziel war es, mittels gezielt gewählter Stilelemente, Key Visuals, Farbgebung und Bildsprache, welche sich in der Architektur des Stadtbades Mödling wiederfinden, durch die unterschiedlichen Stil-Epochen seit Bestehen des Traditionsunternehmens zu führen.



Kategorie EiGENWeRBUNG

In diesem Bereich können Kreativbetriebe darstellen, wie sie für sich werben. Dazu zählen alle Arbeiten, die für die eigene Agentur gemacht wurden und bei denen es keinen externen Auftraggeber gibt. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



Weihnachtsgrüße

attack werbeagentur
www.attack.at

„Wertpapiere“ zu Weihnachten. Nach dem Motto: Wenn von der guten alten Zeit nur das Gute übrigbleibt, dann spricht man von Tradition. Und wir lassen diese wieder aufleben. Vier mit Liebe gestaltete Postkarten vom Christkind für unsere Kunden, zur eigenen Verwendung. Jede Karte ein Unikat. Grafikdesign mit Gefühl für Ästhetik. Erinnerungen weckend, das Auge erfreuend und elegant veredelt.

outlize – charakterstarke Marken mit Fans statt Kunden

outlize
www.outlize.com

Wir brennen für diejenigen, die sich trauen, groß zu denken. Unsere Mission ist es, dieses Feuer mit charakterstarken Marken in die Welt hinauszutragen. Unsere gesamte Brand outlize ist darauf ausgerichtet, innovativen Start-ups dabei zu helfen, zu sich selbst zu finden, selbstbewusst aufzutreten, Emotionen zu wecken und damit sowohl ihre Zielgruppe als auch Investoren zu begeistern und eine treue Community aufzubauen.



Weihnatskampagne 2022

Gebrüder Pixel

www.gebruederpixel.at

Weihnachten ist die Zeit der Besinnlichkeit, Geschenke – und Experimente. Endlich können wir als Agentur neue Dinge und Technologien für uns selbst ausprobieren und unsere Kunden damit überraschen. Dieses Jahr haben wir sie mit einer Augmented-Reality-Schokoladetafel im KI-Design reich beschenkt!



Oya Weihnachtsmailing

Oya OG

www.oya.at

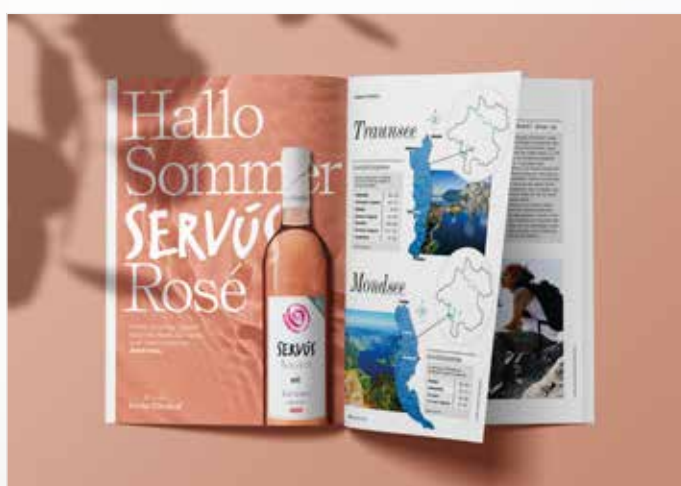
Oya schafft herausragende Ideen, Produkte und Erlebnisse und verbindet die Herzen von Marken direkt mit den Herzen von Menschen. So entstanden der neue Name Oya—Studio für Markenerlebnisse und das klare und moderne Erscheinungsbild. Das Branding ist Ausdruck unseres einfachen und unkomplizierten Zugangs mit Unternehmen und Projekten.

Hallo Sommer, Servus Rosé!

Weinkellerei Lenz Moser AG

www.lenzmoser.at

Sommerzeit ist Rosézeit. Mit dem Servus Rosé begrüßen wir den Sommer auf gebührende Art und Weise. Und mit welchen Worten heißen wir uns auf typisch Österreichisch willkommen? Hallo Sommer, Servus Rosé!



Kategorie kAMPaGNe

Die eingereichten Projekte in der Kategorie Kampagne bestehen aus mehreren (mindestens zwei) unterschiedlichen Werbemitteln bzw. Werbemaßnahmen. Die Art und Beschaffenheit der Werbemittel sind nicht vorgegeben. Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.



CELSINEO – The Triple Pack

Heavystudios Werbeagentur GmbH
www.heavystudios.at

Kunde: Liebherr-Transportation Systems GmbH & Co KG

Mit CELSINEO schufen die beiden Unternehmen KRONE und Liebherr eine zukunftsweisende Klasse von Kühltrailern. Die Kreation von Key-Visual und zielgruppengerechtem Content stand ebenso im Vordergrund wie die Aufbereitung anlassbezogener Werbemittel. Hinzu kamen die Gestaltung eines Messestandes, die Entwicklung eines Imagevideos sowie die Komplett-Überarbeitung der bereits bestehenden Website.

Stadtbus Kreams – von Tür zu Tür

Heavystudios Werbeagentur GmbH
www.heavystudios.at

Kunde: Magistrat der Stadt Kreams, Stadtbetriebe Kreams

Das frisch verdichtete und mit nagelneuer Flotte ausgestattete öffentliche Bussystem der Stadt Kreams galt es, zielgruppenspezifisch zu bewerben. Um für eine hohe Nutzung der Busse zu sorgen, sollte bei der künftigen Kampagne viel Augenmerk auf die zahlreichen Vorteile gelegt werden. Im Zuge der Kreation kristallisierte sich eine wiederkehrende Botschaft schnell heraus: „Mit einem Lächeln von Tür zu Tür.“



Lebe deine Liebe!

Lumsden and Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: MA 53 – Presse- und Informationsdienst

Dass man in Wien seine Liebe frei leben kann, zeigt die Kampagne von Lumsden and Friends zum Thema LGBTIQ und macht gleichzeitig auf die Antidiskriminierungsstelle der Stadt Wien aufmerksam.



TASCHENBECHER – Tschick hinein. Umwelt rein.

PINKFiSH Creatives – Kreativagentur Jasmin Olischer
www.pinkfish.at

Kunde: die NÖ Umweltverbände

Der TASCHENBECHER ist ein Recyclingprodukt aus Niederösterreich und der ideale Begleiter für alle Raucher. Er ist die umweltfreundliche Lösung für Zigarettenabfall, kostenlos erhältlich, wiederverwendbar, sorgt für weniger Littering und kann aufgrund seiner handlichen Größe überall mitgenommen werden. Mit dem TASCHENBECHER können Zigarettenstummel unterwegs ganz einfach gesammelt und später richtig entsorgt werden.



30 Jahre Mostflasche

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: LEADER-Region Tourismusverband Moststraße

Voll ein Erfolg. 30 Jahre Original Mostflasche. In diesem Fall wurde Geschichte nicht geschrieben, sondern von Hand gezeichnet. Skizzen mit Bedacht und mit Liebe zum Detail aufbereitet für Film und Fotografie, das Urmodell in Holz, die Gussform und die Evolution der Flaschen in ursprünglichen Bildern festgehalten. Aufwendig verfilmt am Originalschauplatz. Das Label neu gedacht und doch der Tradition verbunden.





Ihre geballte Ladung Abwehrkraft

Fachgruppenversicherungen: kostengünstig nur für Niederösterreichs Kreative!

Erfolgreich gegen Fremdforderungen

Berufshaftpflichtversicherung

Was ist versichert?

- Vermögensschäden durch fahrlässige Berufsversehen
- Verletzung eines Persönlichkeitsrechts
- Verlust, Veränderung oder Blockade
- elektronische Daten sowie Sachschäden auf Akten, Schriftstücken oder sonstigen Gegenständen
- Beantragung von Internetadressen
- Fehler bei der Gestaltung und Umsetzung von Websites
- Sach- und Personenschäden im Bürobetrieb

Jährlich € 22,20

Hoher Schutz bei Cyberattacken

Cyberversicherung

Was ist versichert?

- Datenschutz-, Datenvertraulichkeits- und Netzwerksicherheitsverletzung (Schadsoftware, DDoS-Angriffe, Hacks ...)
- Eigenschäden infolge einer Informationssicherheitsverletzung
- Forensische Untersuchung
- Verwaltungsstrafen bei Datenschutzverletzungen
- Öffentlichkeitsarbeit im Krisenfall (PR-Beratung)
- Wiederherstellung von Daten und Software
- Betriebsunterbrechung

Jährlich € 22,20

Jetzt versichern!

Angebot nur gültig für Mitglieder der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation. Weitere Informationen bei Lydia Kelovitz.

+43 (0) 2635 61001 36
Lydia Kelovitz, l.kelovitz@mbp.at
www.mbp.at/gruppentarife

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 Mitarbeitern
- Änderung von Verträgen oder Sonderklauseln juristisch korrekt formuliert
- Versendung von Mahnbriefen bei ausständigen 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:

bit.ly/427SozH



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, www.nw-publishing.com

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

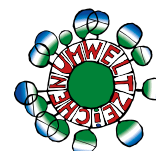
Gestaltung/Satz: Robin Enzlmüller
www.remediadesign.at

Fotos:

- Wie beim jeweiligen Foto angeführt.

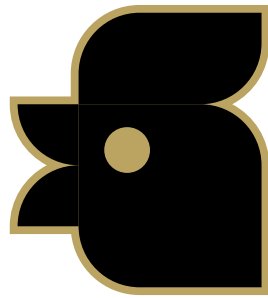
Namentlich gekennzeichnete Beiträge laufen unter ausschließlicher Verantwortung der jeweiligen Autoren. Alle Artikel sind geschlechtsneutral gemeint. Soweit personenbezogene Ausdrücke verwendet werden, umfassen sie Frauen und Männer gleichermaßen.

www.werbemonitor.at



UW 779





VIELEN DANK!

an alle Sponsoren

CHAKA²
we create feelings.


kronehit

 MeinBezirk.at

NÖN

ORF NÖ

KURIER

PLAKATIV
Green Printing
A BRAND OF BELLUTTI GROUP

 **DRUCKEREI
BÖSMÜLLER**
PRINT MANAGEMENT

 Grafenegg

GO
GIMMICK.AT
DE PLATTFORM DES NÖ-WIRTSCHAFTS-
HANDELS

 **EPAMEDIA**

WKOL
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung · Marktkommunikation

werbe
monitor

www.goldenerhahn.at

