

Werbung monitor

Sonderedition Goldener Hahn | Die Gewinner 2022



Goldener Hahn 2022

Sprungbrett Werbung!
Verleihungsevent: 28. Juni, Glanz-
stoff Fabrik/Konerei in St. Pölten

Editorial



Andreas Kirnberger
Obmann der WKNÖ
Fachgruppe Werbung und
Marktkommunikation

//
*Herzliche
Gratulation
an alle
Gewinner!*

Es war großartig, wieder viele von Ihnen persönlich in der Glanzstoff Fabrik/Konerei in St. Pölten zu treffen, zu netzwerken, sich auszutauschen und gemeinsam einen entspannten Abend zu verbringen. Und vor allem: die jeweiligen Categoriesieger und nominierten Agenturen gebührend zu feiern.

Der Goldene Hahn zeigte sich in einem attraktiven Design: modern, klar und neu inszeniert. Beim niederösterreichischen Landes-Werbepreis geht es um Kreativität, darum sind wir der Ansicht, dass sich dies im gesamten Erscheinungsbild des Preises widerspiegeln muss. Das ist uns mit der Neuausrichtung durchgängig gelungen.

Danken möchte ich meinem Team – für die Challenge, in relativ kurzer Zeit all das auf den Weg gebracht zu haben. Vielen Dank an das Fachgruppenbüro unter der Leitung von Dr. Clemens Gießenberger, meinem Obmann-Stv., und Projektleiter Mag. Wolfgang Kessler, den gesamten Ausschuss, an die Teilnehmer der Arbeitskreise und an alle weiteren Beteiligten, die im Hintergrund zum Gelingen beigetragen haben. **Gratulieren möchte ich vor allem Ihnen**, den Gewinnern der Goldenen Hähne. Sie haben sich in einer Vielzahl an Einreichungen bei der Jury mit Ihren Arbeiten durchgesetzt. Manche Agenturen

sogar mehrmals. Wie Sie sicher wissen, hat sich der Goldene Hahn als einer der wichtigsten und größten Werbepreise in Österreich etabliert. Die Gewinner geben uns immer wieder das Feedback, dass das Erringen einer Trophäe positive Auswirkungen auf das Geschäft hat und ein Turbo für das Team ist. Hinzu kommt: Es ist für beide Seiten, Agentur und Auftraggeber, eine hervorragende Bestätigung, mit dem eingereichten Projekt „ausgezeichnete“ Arbeit geleistet zu haben. In dieser Sonderedition „Goldener Hahn“ finden Sie alle Gewinner übersichtlich zusammengefasst. Viel Spaß beim Lesen!

Ich wünsche Ihnen in dieser dynamischen Zeit weiterhin gute Geschäfte und zahlreiche kreative Ideen für Ihre Kunden!

Ihr
Andreas Kirnberger

Inhalt

03 Editorial	16 Dialog-Marketing
04 Out of Home	18 Public Relations
06 Print	20 POS Messearchitektur
08 Digital	22 Verpackungsdesign
10 Audio	24 Grafikdesign
12 Bewegtbild	26 Eigenwerbung
14 Event	28 Kampagne

Sie finden in jeder Kategorie einen Auszug der Projektbeschreibungen.
Mehr über die Gewinnerprojekte finden Sie online: bit.ly/3Gmwcr5

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

bit.ly/3ELRugt

bit.ly/3DCFOLC

bit.ly/31DOWMm



Goldener Hahn 2022: Sprungbrett Werbung



Fotos © Matthias Heschl



Der Goldene Hahn ging in seine 44. Runde. Geehrt und gefeiert wurden die Besten der Besten der niederösterreichischen Kreativszene in der Glanzstoff Fabrik/Konerei in St. Pölten. Das Motto „Sprungbrett Werbung“ zog sich als roter Faden durch das gesamte Programm. 13 Sieger und alle Nominierten durften sich über eine Trophäe freuen. Hier gibt es Einblicke in die Stimmung. Einen detaillierten Bericht und mehr finden Sie im Werbemonitor 03/2022. Gleich nachschauen und nichts versäumen! www.werbemonitor.at / www.goldenerhahn.at



Foto © Philipp Hutter



Gewinner in der Kategorie Out of Home

Lumsden & Friends KG

www.lumsdenandfriends.at



Auftraggeber: Kultur im 3. e.V.

Richard Weiretmayr, CCO Lumsden & Friends: „Der Sieg in der Königsdisziplin Out of Home ist immer wieder etwas ganz Besonderes. Vor allem aber freut mich, dass wir den Kunden für die mutige Linie begeistern konnten – wie man sieht zu Recht!“

Niclas Schmiedmaier, Vorsitzender Kultur im 3.: „Wir haben die Kampagne während der Pandemie lanciert – zur denkbar schwierigsten Zeit für die Kunst- und Kulturbranche. Daher wollten wir laut und positiv sein, das ist voll aufgegangen.“

kulturimdritten.at

Schnitzel für die Augen

Mit freundlicher
Unterstützung von:
KULTURFORMAT

HIER GIBT'S WAS ZU SEHEN:

KUNST HAUS WIEN
Untere Weißgerberstraße 13
1030 Wien
www.kunsthauswien.com

Projektbeschreibung:

Dass der Mensch neben Lebensmitteln auch Kunst und Kultur zum Überleben braucht, darauf machen der Verein „Kultur im 3.“ und Lumsden & Friends mit dieser OOH-Kampagne aufmerksam.

Gewinner in der Kategorie Print

Branding Brothers GesbR

www.brandingbrothers.at



Auftraggeber: Weingut Müller GmbH

Jeremias Buchinger, Gründer & Mitinhaber, Branding Brothers GesbR: „Als junge Agentur hat es uns überwältigt, direkt bei unserer ersten Einreichung einen Goldenen Hahn zu bekommen. Dies bestärkt uns natürlich in unserer Arbeit und setzt ein Zeichen für die Region.“

Leopold Müller, Winzer, Weingut Müller: „Das ‚Kremstal zum zuhause entdecken‘ geht mit einem Glas Müller Wein ganz fein! Das haben sich auch unsere Kunden gedacht und sich das Kremstal über unseren Onlineshop bzw. Ab-Hof-Verkauf nach Hause geholt.“



Projektbeschreibung:

Ganz Österreich verweilte im Lockdown und sehnte sich nach Freiheit, um die Welt wiederzuentdecken. Das Kremstaler Weingut Müller wollte mit einem Glas Wein den Menschen die Region ins Wohnzimmer bringen. Ein Teil des Kremstals wurde unter eine Glaskuppel gesteckt: Es symbolisiert die Wertschätzung der Natur, die perfekt konserviert und glasweise geschmeckt und entdeckt werden kann.

Gewinner in der Kategorie Digital

Gebrüder Pixel – Kränkl & Sandpeck OG

www.gebruederpixel.at

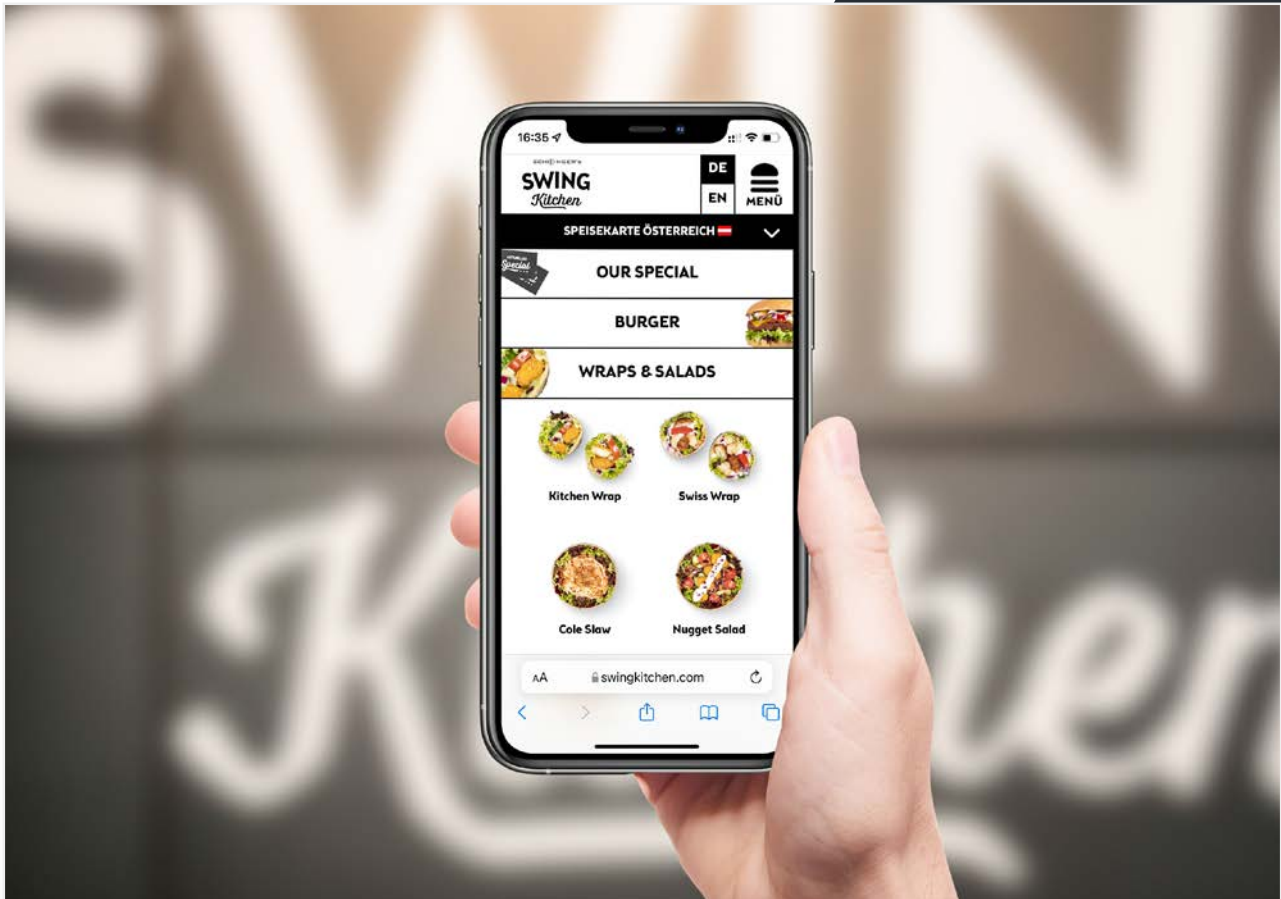


Auftraggeber: Schillinger's Swing Kitchen

Philipp Pieh-Sandpeck, DI Lukas Kränkl, Geschäftsführer, Gebrüder Pixel – Kränkl & Sandpeck OG:

„Wir wollen die digitale Zukunft mitgestalten, daher ehrt und bestärkt es uns, dass unsere Arbeit in dieser Kategorie ausgezeichnet wurde. Außerdem ist es unser erster Werbepreis – das ist besonders.“

Kim Lea Pichler, Marketingmanagerin, Schillinger's Swing Kitchen: „Erwartungen übertroffen: Seit Tag eins merken wir eine deutliche Verminderung des E-Mail-Verkehrs mit Gästen. Die Gebrüder Pixel haben es geschafft, Ästhetik, Intuition und Information zu vereinen.“



Projektbeschreibung:

Die Swing Kitchen ist eine österreichische Restaurantkette mit einer Mission: zu beweisen, dass vegane Burger fantastisch schmecken und eine klimafreundlichere Alternative für den schnellen Heißhunger sind. Für einen Web-Relaunch wollte man nun nicht nur technisch auf die Branchenriesen aufschließen, sondern auch das Benutzererlebnis schärfer auf die tatsächlichen User zuschneiden.



Gewinner in der Kategorie Audio

ghost.company Werbeagentur Michael Mehler e.U.

www.ghostcompany.com



Auftraggeber: Faber GmbH

Michael Mehler, Inhaber, ghost.company Werbeagentur: „Eine Vespa zu fahren ist weit mehr als Zweiradfahren, das ist Kult. Vor allem in Coronazeiten. Denn es ist für viele die letzte Freiheit, das höchstmögliche Vergnügen. What a Feeling!“

Hubert Freiler, Marketingleiter, Faber GmbH: „Wir sind sehr stolz auf den Goldenen Hahn, der durch unsere Agentur ghost.company gewonnen wurde. Unser Ziel, das lebensfrohe Vespa-Feeling zu kommunizieren, wurde im Radio-Spot perfekt umgesetzt.“



Projektbeschreibung:

Es ist schon ein ganz besonderes Gefühl, an einem lauen Sommertag auf einer Vespa durch die Gegend zu sausen. Ob aufs Land, ans Wasser oder mitten ins Leben – Vespa sorgt für unvergessliche Sommerstimmung, was der HF-Spot mit dem legendären Song „What a feeling“ auf den Punkt und ins Ohr der Zielgruppe bringt.



Gewinner in der Kategorie **Bewegt看**

agentur werbereich gmbh

www.werbereich.at



Auftraggeber: Niula Boats GmbH

Florian Mainx, Geschäftsführer und Creative Director agentur werbereich gmbh : „Mit diesem Video ist uns unter der Regie von Max Leithner ein wunderschönes Stück gelungen – da freut es besonders, wenn das vom Fachpublikum geschätzt wird. Jetzt wollen wir mehr!“



Projektbeschreibung:

Der Imagefilm für den Elektrobootbauer NIULA spannt den Bogen von der ersten Skizze bis zur ersten Ausfahrt. In ihrem Design orientieren sich NIULA Boote an der Formgebung tierischer Vorbilder, die von der Natur über Jahrmlionen für ein Leben im Wasser perfektioniert wurden. Die Philosophie von NIULA: Gefertigt vom Menschen, geformt von der Natur!



Gewinner in der Kategorie Event

Leitidee e.U.

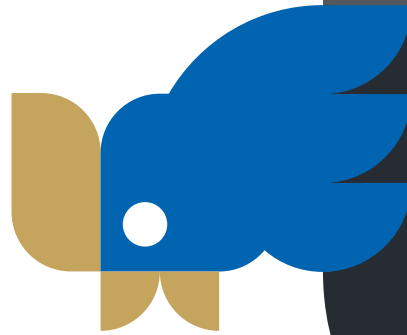
www.leitidee.at



Auftraggeber: L'Oréal Österreich GmbH

Mag. Michael Leitner, Bakk., Geschäftsführer, Leitidee e.U.: „Die Auszeichnung ist ein messbarer Erfolg unserer Arbeit und eine große Wertschätzung für das Vertrauen, das uns L'Oréal Österreich als Auftraggeber geschenkt hat.“

Magdalena Ellinger MSc. (TUM), Trade Activation Manager Garnier Skin Care, L'Oréal Österreich GmbH: „Der innovative Charakter der Garnier Bio Hanf Sampling-Aktivierung hat zu positiver Resonanz bei unseren Handelspartnern geführt und den Geist der Zeit getroffen.“



Projektbeschreibung:

Garnier Bio als nachhaltige Naturkosmetik-Marke präsentieren und den neuen Inhaltsstoff Hanf erlebbar machen – das waren die Ziele des Garnier Bio Hanf Samplings. Echte Hanfpflänzchen, Fascinator-Caps in Hanfoptik und individuell produzierte Recyclingkarton-Taschen sorgten für hohe Awareness. Der messbare Erfolg waren über 31.000 persönliche Interaktionen und eine hohe Rücklaufquote der Gutscheine.

Gewinner in der Kategorie Dialog-Marketing

ghost.company Werbeagentur Michael Mehler e.U.

www.ghostcompany.com



Auftraggeber: Geberit Vertriebs GmbH & Co KG

Michael Mehler, Inhaber, ghost.company Werbeagentur: „Print-Mailings kommen an und sorgen für hohe Responsequoten, wenn sie kreativ konzipiert und produziert werden. Bei Geberit spielen diese Faktoren durch eine starke Idee und eine auffällige Umsetzung optimal zusammen.“

Natalie Hoffmann, Leitung Marketing und Kommunikation, Geberit Vertriebs GmbH & Co KG:
„Die Marketingaktivitäten sind vom Markt positiv wahrgenommen worden. Wir wurden proaktiv auf das neue Produkt angesprochen und die Nachfrage ging weit über unseren Kundenkreis hinaus.“



Projektbeschreibung:

Geberit hat mit Geberit FlowFit ein innovatives Verbundrohrsystem entwickelt, das einen leichten Installationsprozess ermöglicht. Für die Installation werden dabei nur noch zwei Presswerkzeuge benötigt – ohne ständigen Werkzeugwechsel –, was eine Erleichterung darstellt. Genau diesen Ansatz hat ghost.company in einem auffälligen 3D-Direkt-Mailing visualisiert und zur Zielgruppe gebracht.



Gewinner in der Kategorie Public Relations

Thomas Goiser Projektkommunikation e.U.

www.goiser.at



Auftraggeber: Fachvertretung Film- und Musikwirtschaft /
Wirtschaftskammer Salzburg

Thomas Goiser, Gründer/Inhaber, Thomas Goiser Projektkommunikation e.U.: „Eine Auszeichnung wie der Goldene Hahn wirkt dreifach: als Qualitätsbeweis für die eigene Arbeit, als Bestärkung für Kundinnen und Kunden und als Signal in den Markt. Danke an alle!“

Hannes M. Schalle, Produzent und Filmkomponist, Vorsitzender der Fachvertretung Film und Musik, Wirtschaftskammer Salzburg: „Wir arbeiten weiter gemeinsam daran, die gelungene und tolle Positionierung zu nutzen, um die Standortbedingungen für Film- und TV-Produktionen in Österreich und speziell in Salzburg zu verbessern.“



Positionierungsarbeit: Fachvertretung Film- & Musikwirtschaft Salzburg
SALZBURG ALS ÖSTERREICHS DIGITALES MEDIENZENTRUM

Projektbeschreibung:

Um die Bekanntheit des neuen Teams der Fachvertretung Film- und Musikwirtschaft in der Wirtschaftskammer Salzburg zu steigern und einen Beitrag für bessere Bedingungen am Filmproduktions- und digitalen Medienstandort zu leisten, setzte man im April 2021 – im Lockdown natürlich online – auf einen Diskussionsereignis mit prominenten Persönlichkeiten – den SALZBURG MEDIA SUMMIT.



Gewinner in der Kategorie

POS | Messearchitektur

agentur werbereich gmbh

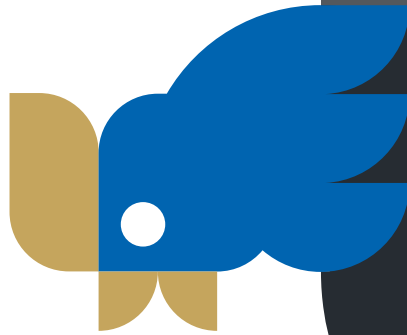
www.werbereich.at



Auftraggeber: ALTE WACHE – Haus der badischen Weine GmbH

Florian Mainx, Geschäftsführer und Creative Director agentur werbereich gmbh: „Den perfekten Auftritt am POS hinzubekommen, ist eine Königsdisziplin der Markenstrategie. Dass unser interdisziplinärer Ansatz mit Spitzbart + partners hier belohnt wird, ist eine schöne Bestätigung!“

Alix Winter, Geschäftsführung ALTE WACHE: „Die ALTE WACHE versteht sich als Botschafterin und Hotspot der Weinkultur in Baden. Mit dem Umbau ist es gelungen, unser Engagement noch unmittelbarer erlebbar zu machen – und das kommt bereits sehr gut an.“



Projektbeschreibung:

Die ALTE WACHE hat sich in mehr als 20 Jahren weiterentwickelt und es war Zeit für das Gebäude selbst, dieser Entwicklung zu folgen. Basierend auf einem ganzheitlichen Markenkonzept, entwarf das Team von werbereich die Neugestaltung des Gebäudes, die sowohl auf die Optimierung der Prozessabläufe im Geschäftsbetrieb als auch auf die Schaffung einer einmaligen Kundenerfahrung ausgelegt ist.

Gewinner in der Kategorie Verpackungsdesign

Hofer Media GmbH & Co KG

www.hofermedia.at



Auftraggeber: Weingut Autrieth

Kathrin Hofer, Juniorchefin und Grafikdesignerin: „Der Goldene Hahn ist für unser Team eine Bestätigung unserer hohen Ansprüche an Kreativität und technische Umsetzung. Er ist Motivation und Anerkennung gleichzeitig.“

Johannes Autrieth, Betriebsinhaber, Weingut Johannes Autrieth: „Das neue Design unserer Weinetiketten hat voll eingeschlagen! Zeit, Kreativität und auch Mut waren gefragt, um letztendlich diese große Veränderung zu finalisieren. Unsere Kunden und auch neutrale Betrachter sind begeistert vom Etikett. Der Gewinn des Goldenen Hahn und die zahlreichen Glückwünsche in den Social-Media-Kanälen haben unseren Weg bestätigt.“



Projektbeschreibung:

Beim Weingut Autrieth sind Qualität und Tradition tief verwurzelt. Das wird auch im Erscheinungsbild des Weinguts wiedergegeben. Ein besonderer Blickfang ist die mit den Zacken gestanzte Rückenetikette, die gleichzeitig in einem Zug fast nahtlos in die Vorderetikette übergeht. Die Form und die Goldprägung wirken wie ein vom Weinbauer gegebenes Siegel für eine versprochene Qualität.



Gewinner in der Kategorie Grafikdesign

Lumsden & Friends KG

www.lumsdenandfriends.at



Auftraggeber: Schloß Schönbrunn Kultur- u. Betriebsges.m.b.H.

Marco Lumsden, CEO Lumsden & Friends: „Wir freuen uns wie immer über die höchste kreative Auszeichnung des Landes. Super, dass es mit einer weltweit bekannten Marke wie Schönbrunn geklappt hat, der wir zu neuem Glanz verhelfen durften.“

Maria Ertl, Brand Manager, Strategy & Development Schönbrunn Group: „Wenn man einem so großen und traditionsreichen Unternehmen einen komplett neuen Auftritt verpasst, dann schlägt das international Wellen. Daher muss auch alles bis ins kleinste Detail perfekt sein.“



Projektbeschreibung:

Mit dem neuen Corporate Design für die Schönbrunn Group und ihre weltbekannten Standorte schafften Lumsden & Friends den Brückenschlag von der Vergangenheit in die Zukunft.

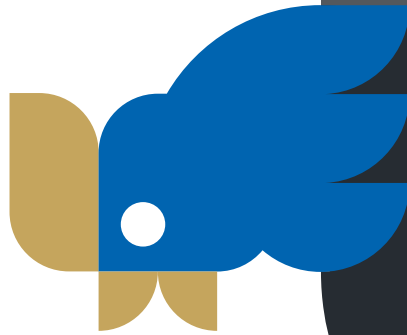
Gewinner in der Kategorie Eigenwerbung

ghost.company Werbeagentur Michael Mehler e.U.

www.ghostcompany.com



Michael Mehler, Inhaber, ghost.company Werbeagentur: „Dieser Film dauert nur eine Minute. Er zeigt das Spektrum unserer Agentur und die Arbeitsweise in einer sprachlosen, einzigartigen Form. Ein neuer Weg, also etwas, was man von einer Agentur erwarten muss.“



Projektbeschreibung:

Der Film erlaubt einen schrägen Einblick in die einzelnen Units der ghost.company Werbeagentur und ihrer unkonventionellen Arbeitsweise. Durch das auffällige 3D-Konzept und die „schräge“ Story ist es uns gelungen, die Agentur verstärkt ins Blickfeld und Gespräch relevanter Entscheider zu bringen.



Gewinner in der Kategorie Kampagne

Cayenne Marketingagentur GmbH

www.cayenne.at

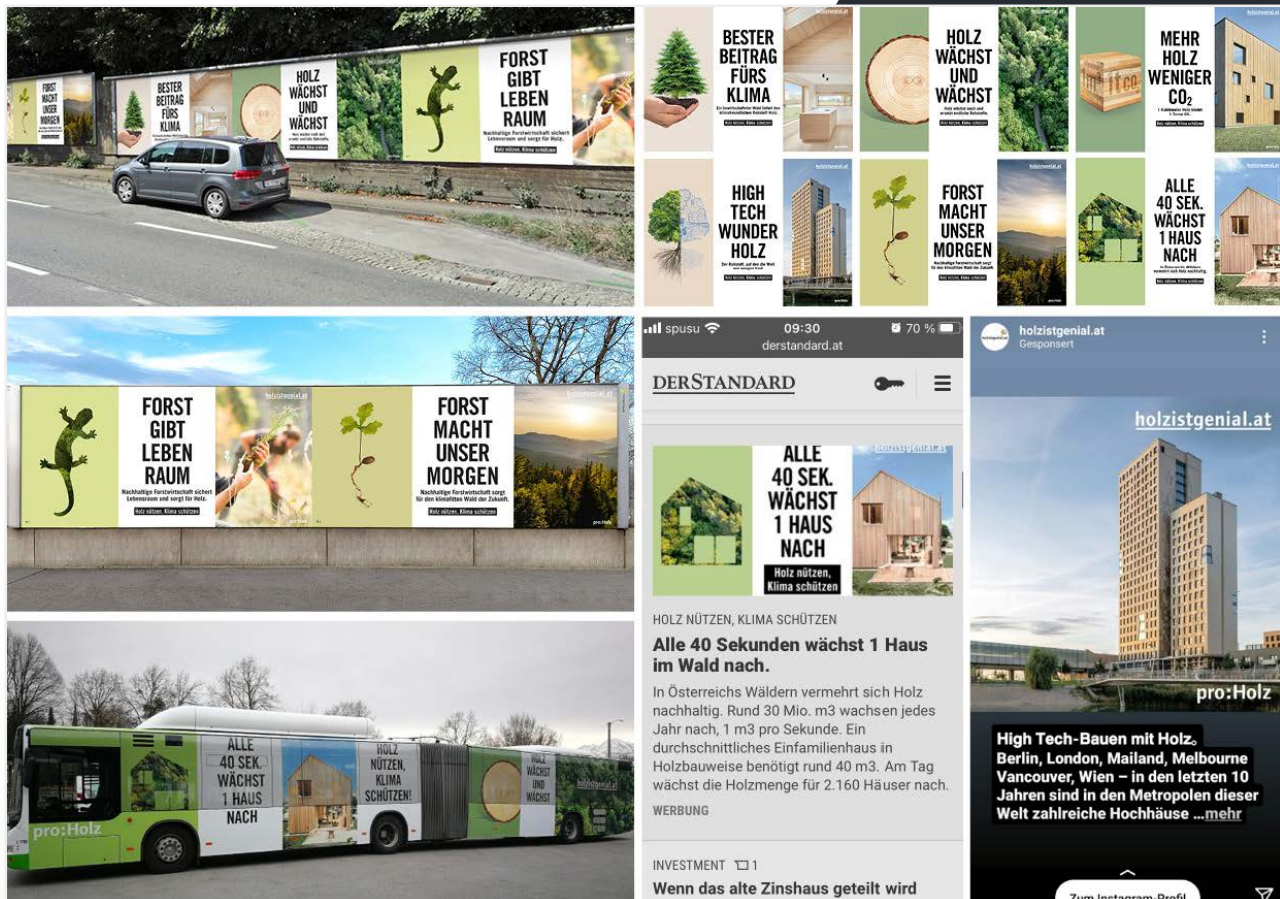


Auftraggeber: proHolz Austria

Barbara Böhm, MSc, Head of Client Service & Strategic Planning, Cayenne Marketingagentur GmbH:

„Der Goldene Hahn 2022 ist eine tolle Bestätigung für jahrelange kreative, integrierte und strategisch fundierte Kommunikationsarbeit. Wir freuen uns wirklich sehr über diese Auszeichnung!“

Mag. Karin Giselbrecht, Leitung Öffentlichkeitsarbeit & Marketing, proHolz Austria: „Unsere Kampagne inszeniert Fakten und genießt hohe Glaubwürdigkeit. Sie regt die Menschen zur kritischen Auseinandersetzung an und wird auch in der Forst- und Holzwirtschaft gerne aufgegriffen.“



Projektbeschreibung:

Ein positiver Beitrag zum Klimaschutz ist heute wichtiger denn je: „Holz nützen, Klima schützen“ ist daher ein klarer Call-to-Action an die breite Öffentlichkeit und an Entscheidungsträger. Die Botschaften der sieben Kampagnensujets thematisieren die positiven Effekte nachhaltiger Waldbewirtschaftung und Holzverwendung im crossmedialen Kommunikationsansatz.

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

- **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**

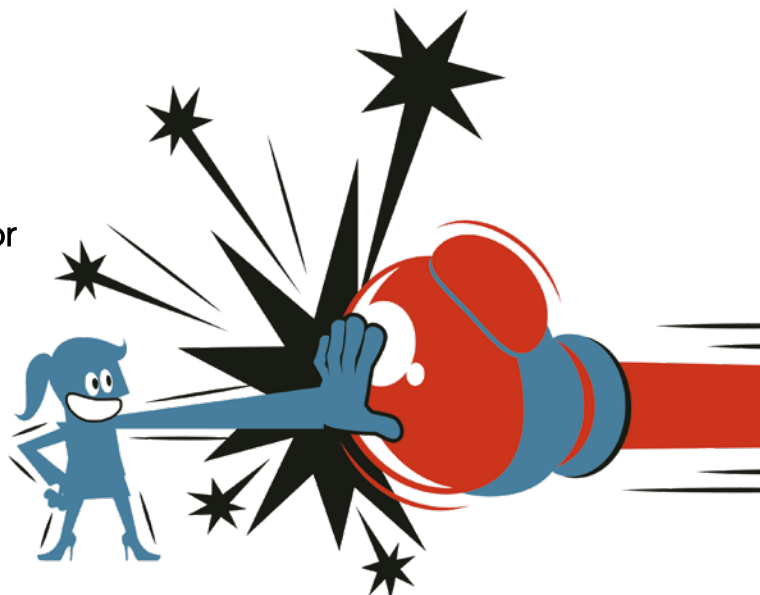
Wir bündeln unsere Kräfte für Sie!

www.werbemonitor.at



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 Ingrid Kirchner.

+43 (0) 2635 61001 31

Lydia Kelovitz, l.kelovitz@mbp.at

www.mbp-versicherungsmakler.at/gruppentarife

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

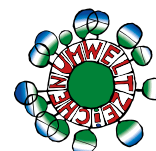
Lektorat/Korrektorat: Mag. Marlene Zeintlinger
www.zeichensetzer.at

Gestaltung/Satz: Robin Enzlmüller
www.remediadesign.at

Fotos:
© Philipp Hutter / © Matthias Heschl

Alle Artikel sind geschlechtsneutral gemeint. Soweit personenbezogene Ausdrücke verwendet werden, umfassen sie Frauen und Männer gleichermaßen.

www.werbemonitor.at



UW 779





Danke

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

WKOL
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung - Marktkommunikation

Werbe
monitor

www.goldenerhahn.at

