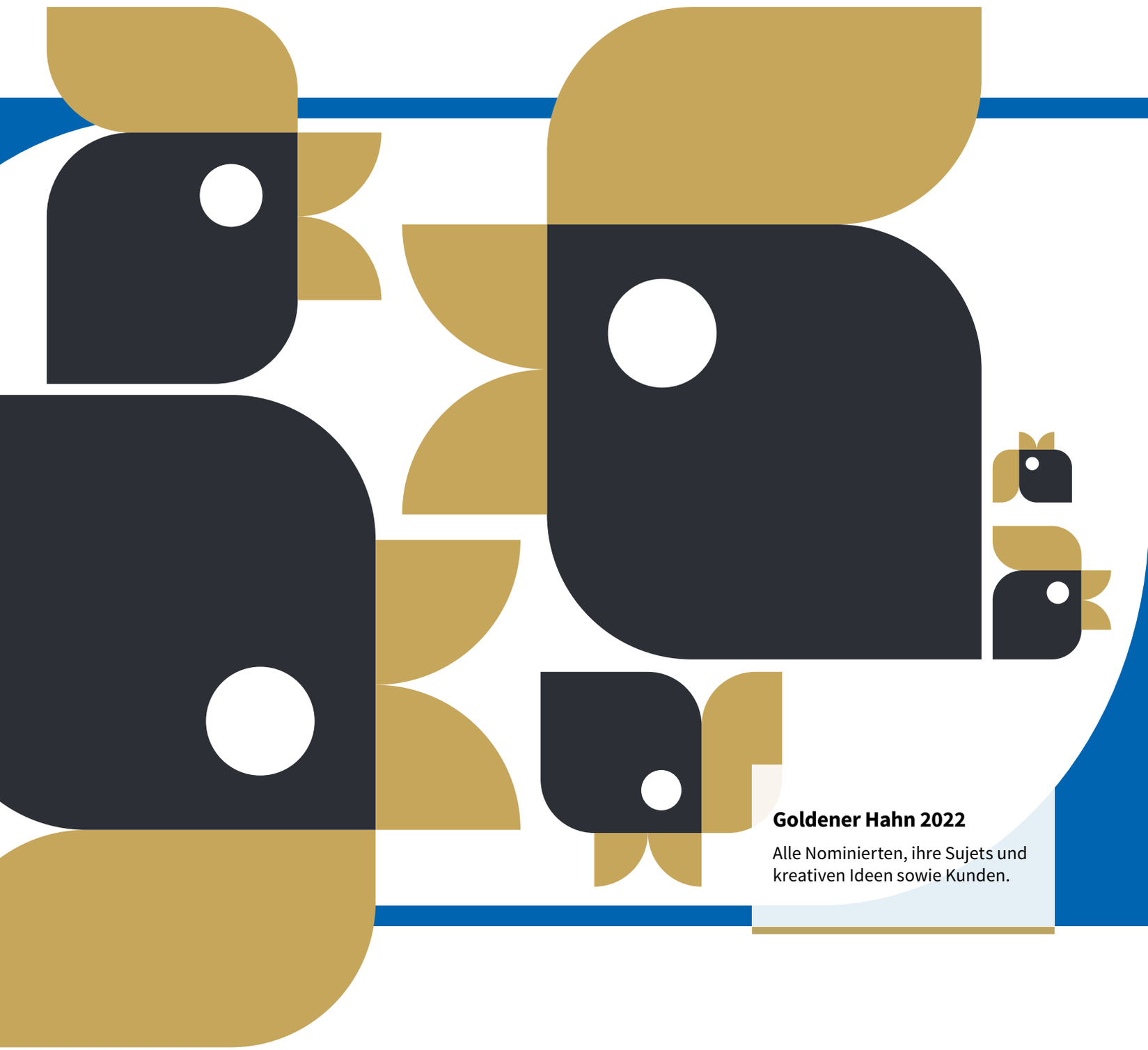
WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung · Marktkommunikation

Werbe monitor

Sonderedition Goldener Hahn | Die Nominierten 2022



Goldener Hahn 2022

Alle Nominierten, ihre Sujets und kreativen Ideen sowie Kunden.

TOPinfo, Verlagspostamt 3100 St. Pölten | GZ 05z036121M, Ausgabe 991/22 I P.b.b., Info-Magazin der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

Inhalt

04 **Editorial**

06 **Out of Home**

08 **Print**

10 **Digital**

12 **Audio**

14 **Bewegtbild**

16 **Event**

18 **Dialog-Marketing**

20 **Public Relations**

22 **POS | Messearchitektur**

24 **Verpackungsdesign**

26 **Grafikdesign**

28 **Eigenwerbung**

30 **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/3Gmwcr5

Editorial

Eine Neuerung in diesem Jahr ist die „Sonderedition Nominierte“ für den Goldenen Hahn 2022, in der wir die nominierten Agenturen, ihre Projekte und Ideen sowie Kunden präsentieren. Unser erklärtes Ziel dabei: Ihnen mehr Platz einzuräumen, um die Arbeiten vorzustellen.

Einerseits war es der Wunsch von vielen Kreativbetrieben, ihre nominierten Arbeiten hervorzuheben und einem breiteren Publikum zu präsentieren. Andererseits können wir Ihnen so die breite Palette an großartigen Ideen zeigen, die niederösterreichische Kreativbetriebe tagtäglich haben – geballt in einer Sonderedition. Aus unserer Sicht sind diese Projekte besonders, denn es handelt sich um jene, die Sie in der Pandemiezeit auf die Beine gestellt haben. Keine leichte Aufgabe, wie wir alle erlebt haben.

Jetzt haben Sie als nominierte Agentur schon zum Sprung angesetzt, um einen Goldenen Hahn zu erringen. Die Fachjury war wieder top mit Experten besetzt. Wir konnten für das Jurierungsteam neben bewährten und professionellen Kollegen junge Fachleute aus der Branche gewinnen, die einen erweiterten Blick in die Jury einbrachten.

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.

Aus dieser feinen Auswahl kürt die Fachjury die Besten. Auch heuer sind wir den neuen Weg, den wir im letzten Jahr eingeschlagen haben, weitergegangen: eine komplett digitale Jurysitzung. Das Credo der Jurorinnen und Juroren war ziemlich eindeutig – ein hohes fachliches Niveau der eingereichten Projekte, mit erfrischenden Arbeiten und einer spannenden Mischung an Ansätzen. Fazit: Die Jury fand es nicht einfach, die Sieger zu küren. Mehr über die Fachjurysitzung lesen Sie im Werbemonitor 02/2022.

Am 28. Juni werden in St. Pölten in der Glanzstoff Fabrik/Konerei die Siegertrophäen überreicht. Unser Motto „Sprungbrett Werbung“ steht für die eingereichten Projekte der nominierten Agenturen sowie ihrer Kunden. Der Landeswerbepreis Goldener Hahn ist Ihr Sprungbrett nach oben.

Mein Team und ich gratulieren Ihnen sehr herzlich.

Ich freue mich auf ein Wiedersehen beim Verleihungsevent!

Ihr
Andreas Kirnberger

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung · Marktkommunikation

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/31DOwMm

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.

Kultur im 3.

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: Kultur im 3. e.V.

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

Ohne Kultur

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: KULTURFORMAT GmbH

Als die Kunst- und Kulturbetriebe nach den pandemiebedingten Schließungen wieder öffneten, machten KULTURFORMAT und Lumsden & Friends mit einer groß angelegten OOH-Kampagne auf die Bedeutung der Kultur aufmerksam.

Verändern wir Perspektiven.

stroblbinder GmbH
www.stroblbinder.at

Kunde: BRAVEAURORA

Illegale Waisenhäuser, Kinder, die ohne ihre Familien aufwachsen, fehlende Bildung, ungenutzte Chancen und Möglichkeiten. Es ist eine verkehrte Welt. Die wir ändern können. Der karitative Verein BRAVEAURORA nimmt diese sehr wörtlich und zeigt in Bildern, die auf dem Kopf stehen, die verkehrte Welt von Ghana. Die Kernbotschaft: „Verändern wir Perspektiven".

SAR-Bogen

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: SAR ANLAGENBAU GmbH

THINK BIG, THANKS ATTACK. Wenn schon Werbung Out of Home, dann wirklich groß. Das Ziel bei jedem Sportsponsoring ist es, so oft wie möglich in den Printmedien und in den Social-Media-Kanälen vorzukommen. Die Idee ist das Ziel selbst: ein Zielbogen, der auch ein Startbogen ist. Bei jedem Lauf ist es dieser Moment, das Finishen, der am öftesten fotografiert, abgedruckt und gepostet wird.

Open your MIIND

Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Kunde: MIIND GmbH

Ein Newcomer unter den Erfrischungsgetränken startet durch: MIIND präsentierte sich zum Werbestart 2020 aufmerksamkeitsstark im Out-of-Home-Bereich. Der Werbeauftritt im ersten Halbjahr umfasste 16 Bogen-Plakate an ausgewählten LEH-Standorten in der Ost-Region, laufende Sonderplatzierungen und Aktionen im LEH sowie Brandings auf 600 Selecta-Automaten.

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.

Organtransplantation darf kein Tabuthema sein!

SchulzUnd Werbeagentur
www.schulzund.at

Kunde: Christine Vranitzky Stiftung

Im Sommer 2021 startete eine Öffentlichkeitskampagne, die organtransplantierten Menschen mehr Selbstbewusstsein schenken und das Thema Transplantation enttabuisieren soll. Die Auftraggeberin beschreibt die Kampagne als die „gelungenste, rundeste und erfolgreichste Kampagne, die je von der Christine Vranitzky Stiftung unterstützt wurde“.

Inserat „Cattobello“

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: K&P Tierwelten GmbH

Mit der Anzeige wurden Tierbesitzer im Einzugsgebiet der ersten Cattobello-Filiale in der Vorweihnachtszeit auf die neue Handelsmarke aufmerksam gemacht.

Silent Spa: Zeit als kostbares Gut

Studio Ideenladen GmbH
www.ideenladen.at

Kunde: Therme Laa

Kurz vor Weihnachten 2020 bewarb die Therme Laa ihre Gutscheine für einen eintägigen Aufenthalt im Silent Spa in dem Frauenmagazin „Woman“ mit einer Serie von vier aufeinander aufbauenden Advertorials. Mittels QR-Codes und Tracking-Link gelangten die Leserinnen auf eine Landingpage. Begleitet wurde die Serie auf Social Media mit eigens erstellten Videos pro Testimonial.

Das Kremstal zum zuhause entdecken

Branding Brothers GesbR
www.brandingbrothers.at

Kunde: Weingut Müller GmbH

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.

Festschrift der Volksschule

one.six e.U.
www.onepointsix.at

Kunde: Marktgemeinde Sierndorf

Die Agentur führt die Leser auf 120 Seiten auf eine bunte Zeitreise – vom Jahr 1418, der Erwähnung des ersten Schulmeisters in der Marktgemeinde Sierndorf, über die Beschreibung des Um- und Neubaus, die Vorstellung der Lehrer und pädagogischer Projekte, Auszeichnungen für die ökologische Umsetzung des Bauprojektes bis hin zur Eröffnung der Schule 2020.

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.

DeinGlas – die Online-Glaserei in Österreich

DeineSeite.at E.U.
www.deineseite.at

Kunde: Dein Glas E.U.

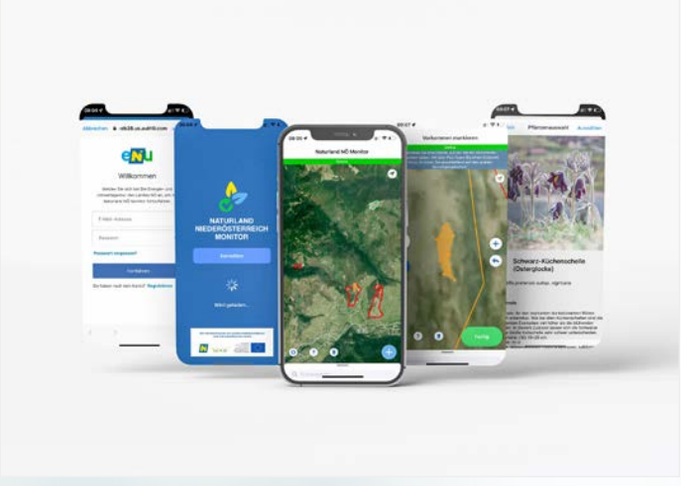
Klassisches Glaserhandwerk kombiniert mit der modernsten E-Commerce-Technologie! deinglas.at setzt hohe Priorität auf den mühelosen und schnellen Vertrieb von Glasprodukten und Glassystemen mithilfe von Onlinekalkulatoren. Der Kunde kann sich sein individuelles Glasprodukt millimetergenau, mit der passenden Glasstärke, der gewünschten Glastönung und sogar einer Montage selbst konfigurieren.

Naturland Niederösterreich Monitor

Gebrüder Pixel – Kränkl & Sandpeck OG
www.gebruederpixel.at

Kunde: Energie- und Umweltagentur des Landes Niederösterreich

In Niederösterreichs Naturschutzgebieten werden durch die Beobachtung und Zählung von sogenannten Zeigerpflanzen Rückschlüsse auf Artenvielfalt und Pflegemaßnahmen gezogen – ein erheblicher Aufwand. Die Agentur Gebrüder Pixel hat im Auftrag der Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ eine App entwickelt, mit der jeder Smartphone-Besitzer bei dieser wichtigen Aufgabe auf intuitive Weise mithelfen kann.



Schillinger‘s Swing Kitchen

Gebrüder Pixel – Kränkl & Sandpeck OG
www.gebruederpixel.at

Kunde: Schillinger‘s Swing Kitchen

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.

Sensenmann

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: Verein Puls

Im Sommer 2021 brachten Lumsden & Friends wohl das ungewöhnlichste Testimonial auf die Werbebühne: den Wiener Sensenmann. Denn dank des Vereins Puls hatte dieser viel Zeit. Zeit, die er auf Social Media verbrachte, um dort über den Verein und dessen Kampf gegen den plötzlichen Herztod zu lästern.

Der Tschürtz – Fleisch- und Schinkenmanufaktur

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Der Tschürtz – Fleisch- und Schinkenmanufaktur

Die Fleisch- und Schinkenmanufaktur wurde in den letzten Jahren von Kotschever Weiss kommunikativ begleitet und mit dem der Qualität der hochwertigen regionalen Lebensmittel entsprechendem optischen Auftritt ausgestattet. Die Gestaltung und Programmierung der neuen Tschürtz-Website sind die aktuellste Arbeit von Kotschever Weiss.

Kategorie Audio

Im Mittelpunkt stehen Hörfunkspots, Podcasts, Corporate-Audio, Sprachbox-Ansagen und andere akustische werbliche Anwendungen, Radiospots, Soundlogos, Jingles und Ambient (beispielsweise Schwimmbad- oder Stadiondurchsagen etc.). Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.

Rekord – das Fenster von hier. Wie wir.

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

Kunde: Rekord Fenster GmbH

Die regionale Ausrichtung von Rekord Fenster, die ihre Fenster und Türen in Österreich herstellen, ist der Ausgangspunkt für diesen kreativen HF-Spot. Er erzählt emotional eine lebhafte Kinder- bzw. Jugendgeschichte, die genauso wie Rekord einen direkten Vor-Ort-Bezug hat. Und natürlich mündet diese Geschichte in einem Haus mit Fenstern von Rekord.

Vespa – What a feeling

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

Kunde: Faber GmbH

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.

Sommerhit!

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: MA53 Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien

#wienliebe – ein Hashtag, unter dem sich in den sozialen Medien die schönsten und launigsten Liebesbekundungen für Wien finden lassen. Das Einzige, was noch fehlte, war ein eigenes Liebeslied. Daher nahmen Lumsden & Friends die Sommerkampagne der Stadt Wien als idealen Anlass, eine Liebeshymne an die Stadt zu komponieren.

Dachschaden

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: Convencio Group KG

Kann man seinen Dachschaden bei CONVENCIO versichern? Habe ich ein Auslaufmodell zu Hause stehen, wenn der Kühler leckt? Und wenn der Computer brennt, drücke ich dann einfach die Taste „löschen“? Doppeldeutige Fragen mit einem humorvollen Spot beantwortet! Haus, Auto und Betrieb in 20 Sekunden versichert und die Gesundheit mit dazu, denn Lachen ist immer noch die beste Medizin.

ŠKODA Reifenwechsel Frühjahr 2021

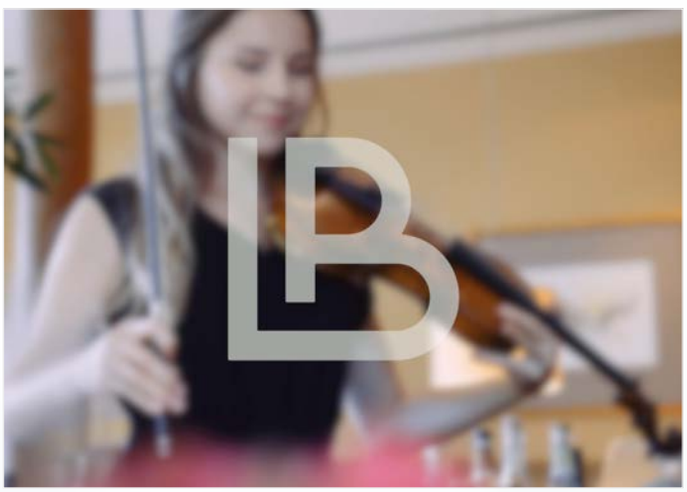
Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Kunde: Porsche Austria GmbH & Co OG

Was vereint die Menschen, die während einer Pandemie in den eigenen vier Wänden gefangen sind? Der Drang, endlich wieder ins Freie zu gehen. Genau das beschreibt Otto Clemens mit seiner markanten Stimme in einem impactstarken Hörfunkspot für ŠKODA Service – und sagt: Genau jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um aufzubrechen … zu einem Räderwechsel.

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.



Die Symphonie im Landhaus Bacher

Adlerwald Digitalagentur OG
www.adlerundwald.at

Kunde: Landhaus Bacher

Es ist eine Symphonie. Die Symphonie im Landhaus Bacher. Ohne das geniale Servicepersonal würde jedes kulinarische Highlight in der Küche stehen bleiben. Wie ein Konzert ohne Orchester. Es ist das Team im Service, das mit Begeisterung und Freude die Speisen auf die Bühne, an die schön gedeckten Tische bringt. Mit einem Lächeln und der Motivation, jeden Gast glücklich zu machen.

Welterbesteig

Point of View GmbH
www.pov.at

Kunde: Donau Niederösterreich

Der Welterbesteig Wachau ist ein 180 km langer Weitwanderweg und führt auf den schönsten Wanderwegen durch das Donautal und die Weinlandschaft Wachau. Der Höhenweg verbindet über historische Pfade die 13 Gemeinden des UNESCO-Weltkulturerbes Wachau und leitet durch eine der bezauberndsten Flusslandschaften Europas. Nirgends kann die Donau schöner erwandert werden.

Markus Huber Moments Organic Rosé

Point of View GmbH
www.pov.at

Kunde: Weingut Markus Huber

Der neue Rosé des Traisentaler Winzers Markus Huber, MOMENTS Rosé, verführt bereits mit seinem hellen, lachsfarbenen Pink. Das fantastische Bouquet präsentiert delikate Aromen heller Früchte, frisch gepflückter Erdbeeren und Blüten. Am Gaumen ist der Wein geprägt von schöner Mineralität und Eleganz.

NIULA Boats – gefertigt von Menschen, geformt von der Natur

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: Niula Boats GmbH

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 Jahrmillionen für ein Leben im Wasser perfektioniert wurden. Die Philosophie von NIULA: Gefertigt vom Menschen, geformt von der Natur!

ESA – sei anders, sei erster, sei beides

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: ESA ELEKTRO AUTOMATION GMBH

Ein Imagefilm der anderen Art. Trotzdem finden sich alle Bullet-Points von ESA wieder. Die Sicherheit, das Angebotsspektrum, die 24/7-Hotline als Concierge-Service dargestellt und der Hinweis, das ESA die wichtigsten 0,5 Prozent „Ihrer" Investition sind. Typisch ESA: Sei anders, sei erster, sei beides. So wie wir, die Werbeagentur attack, filmreif unterstützt von LIORA MEDIA.

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.

HEIMAT X MENSCH

birgit wagner ist frei e.U.
www.schoenschreiben.com

Kunde: ARGE HEIMAT X MENSCH | Viertelfestival Niederösterreich 2021

Der Viertelfestivalbeitrag HEIMAT X MENSCH ist ein von Michael Liebert, Stefan Radinger und Birgit Wagner kuratiertes Kulturprojekt. Seit dem Frühjahr 2019 hat das Team an dem Projekt gearbeitet und das Konzept für die Umsetzung mit allen ergänzenden Maßnahmen (Botschafter-Kampagne, Möbelstück) entwickelt. So entstand ein mehrere Elemente umfassendes Projekt, das zu drei Terminen im Juni und Juli 2021 im öffentlichen Raum in Erscheinung trat.

1. digitale Weihnachtsfeier von IKEA Österreich

Opinion Leaders Network GmbH
www.leadersnet.com

Kunde: IKEA Österreich

In einer pandemiegeprägten Zeit, in der Live-Events verboten waren, hat Opinion Leaders Network eine digitale Event-Unit gegründet. Diese durfte die erste rein virtuelle Weihnachtsfeier von IKEA Österreich kreativ konzipieren und umsetzen. Auf einer eigens programmierten Weihnachtsplattform waren rund 4.500 IKEA Österreich-Mitarbeiter zur digitalen Weihnachtsfeier eingeladen.

BLACKOUT – das Herzschlag-Event unserer Republik

Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Kunde: GPK public GmbH / Bundesministerium für Landesverteidigung

In einer knapp eineinhalbstündigen Aufführung wurde auf der Donaubühne Tulln im Rahmen des Kommunikationsschwerpunktes zum Thema „Blackout“ eine beeindruckende Live-Performance mit einer Freiluftaufführung mit rund 100 Militärmusikern mit völlig neuen Arrangements, einer Live-Vorführung der Land- und Luftstreitkräfte sowie der Spezialeinsatzkräfte des Österreichischen Bundesheeres durchgeführt.

Garnier Bio Hanf Sampling

Leitidee e.U.
www.leitidee.at

Kunde: L’ORÉAL Österreich GmbH

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.

Chaos im Künstlerheim

sterngasse*
www.sterngasse.at

Kunde: Theatergruppe Singverein Melk

Die Theatergruppe des Melker Singvereins brachte 2021/22 ein Stück über das Künstlerdasein im Altersheim. Chaos im Künstlerheim – der Name ist Programm. Auf den ersten Blick erkennbar sollte das Chaos auch auf den Plakaten sein. Schnell wurde die Idee geboren, die Gesichter der Schauspielerinnen und Schauspieler zu vermischen. So entstand ein auffälliges Sujet mit vielen Möglichkeiten.

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.

Kierlingtaler Rundschau

Salzwasserfuchs
www.salzwasserfuchs.com

Kunde: Verein „Kierlingtaler Rundschau"

Die „Kierlingtaler Rundschau" ist eine unabhängige Zeitung für Kierling und Maria Gugging (Klosterneuburg). Sie erscheint 4-mal im Jahr und hat mit derzeit 20 Seiten eine Auflage von 1.600 Stück, die von der Feibra an die Haushalte verteilt werden. Als Printmedium soll sie auch diejenigen erreichen und informieren, die keinen Zugang zum Internet haben oder ungern online lesen.

Schönhofer Glasfaserausbau

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: Schönhofer Bau GmbH

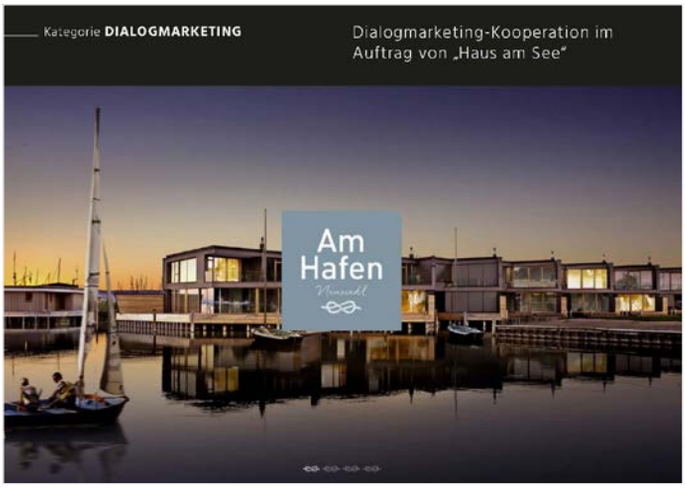
attack und die Bully-Parade: Der Bully ist ein echter Aufreißer, genauso wie das Mailing. Das Mailing erreicht personalisiert die wichtigsten Branchen, vom Bauhof der Gemeinde über Planer und Sachverständige bis zum Energieunternehmen. Die Rücklaufquote führt aktuell zu einer Dauerauslastung in Richtung Zukunft. Das Mailing hat unzählige Neukunden „aufgerissen".

Dialog-Marketing-Kooperation zum Verkauf von Häusern am Neusiedler See mit direktem Seezugang

Opinion Leaders Network GmbH
www.leadersnet.com

Kunde: Architektengemeinschaft „Am Hafen“

Mit einem zweistufigen Serien-E-Mail wurden die letzten Häuser mit Seezugang auf Eigengrund zum Neusiedler See an eine honorige Zielgruppe empfohlen. Mit stimmigen Fotos und informativen Videos wurden in Form von zwei Serien-E-Mails punktgenau in der Zielgruppe Besichtigungstermine akquiriert. Der Erfolg ließ sich anhand des Verkaufs von vier Häusern nachweisen.



Geberit FlowFit Direct-Mailing

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

Kunde: Geberit Vertriebs GmbH & Co KG

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.

Der Vaillant-Erfolgszug macht Station!

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

Kunde: Vaillant Group Austria GmbH

Vaillant lädt seine Partner zur Mitfahrt im gemeinsamen Erfolgszug ein! Mit dieser starken Metapher wird das neue Bonuspunkte-Programm den ausgewählten Partnern nahegebracht. Ein aufmerksamkeitsstarkes Mailing zum Start bringt den Zug in Bewegung. Die personalisierte Fahrgastmappe liefert in einer zweiten Stufe alle wichtigen Informationen nach.

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.

Salzburg Media Summit

Thomas Goiser Projektkommunikation e.U.
www.goiser.at

Kunde: Fachvertretung Film- und Musikwirtschaft / Wirtschaftskammer Salzburg

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 Diskussionsevent mit prominenten Persönlichkeiten – den SALZBURG MEDIA SUMMIT.

Mit einem Reisebericht österreichische Gäste zu einer Malediven-Buchung animieren!

Opinion Leaders Network GmbH
www.leadersnet.com

Kunde: TUI Österreich

Im Auftrag von TUI Österreich wurde eine Pressereise auf die Malediven ausgeschrieben. Das Ziel: einen verkaufsfördernden, redaktionellen PR-Bericht zu verfassen. Die redaktionelle Geschichte wurde als Interview mit dem Klubdirektor des TUI-Robinson-Club Noonu aufgebaut. Ein hohes Involvement der Stammkunden und der Social-Media-Community erzielte über 40.000 Zugriffe und 20 hochpreisige Buchungen.

Landsteiner Bierdeckel

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: Elektro & Electronic Landsteiner GMBH

attack machte wieder mal auf „bierernst“ und ist der Meinung: Ein Deckel ist eine Steckdose, ist ein Ceranfeld, ist ein Schalter und eines der besten Produkte für echte Öffentlichkeitsarbeit. Macht doch WATT ihr VOLT, lautete die Aufgabenstellung. Das Ergebnis schreibt Geschichten, die aufgrund des großen Erfolges in Kürze ihre Fortsetzungen finden.

Corporate Publishing – Magazin „be inspired“

EINFALLSREICH Werbeagentur KG
www.einfalls-reich.at

Kunde: Jane Goodall Institute Austria

Konzeption, Entwicklung, Design und Umsetzung eines jährlich erscheinenden Magazins für das Jane Goodall Institute Austria – eine NPO (Non-Profit-Organisation), die sich für Naturschutz, Umweltbildung und Erforschung wildlebender Tiere in Afrika einsetzt. Das Magazin mit dem Titel „be inspired“ ist eine wichtige Storytelling-Plattform für die Organisation.

Interne Aktivierung zur Einführung eines CRM-Tools

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

Kunde: D.A.S. Rechtsschutz AG, Wien

Wie überzeugt man alle intern Beteiligten von den Vorteilen und der Wichtigkeit eines neuen CRM-Tools? Mit einer Fülle von Maßnahmen – im Mittelpunkt stand ein außergewöhnlicher Folder, der die Mitarbeiter Zug um Zug in das Thema einführte und bis zur aktiven Teilnahme zur Namenssuche motivierte! Interne Kommunikation für ein Kommunikationstool at its best!

Kategorie
POS | Messearchitektur

Die eingereichten Projekte stellen die Gestaltung von Messe- und Präsentationsständen dar sowie POS-Werbemittel zur Verkaufsförderung, Dekoration, Schauraum- und Auslagengestaltung oder Werbe-Displays. Beispiele: Messestände, Ausstellungen, Roadshows, temporäre Installationen, Shops, Verkaufsräume, Showrooms, Besucherzentren und Corporate Architecture.
Hier sind die nominierten Agenturen und ihre Arbeiten.

Der „Messestand der Zukunft“

SYMA-SYSTEM GmbH
www.syma.com/de-at

Kunde: Event Partner Austria Kulturservice KG / meet-hybrid

Der hybride „Messestand der Zukunft“ ist die Erweiterung des realen Messestandes und ermöglicht gemeinsame Erlebnisse von Online- und Präsenzbesuchern. SYMA-SYSTEM verbindet somit die reale Ausstellungsfläche und die endlosen Möglichkeiten des Internets mit beidseitigen Vorteilen, in alle Richtungen.

Esserwissen Messegestaltung

MBIT Solutions GmbH
www.mbit.at

Kunde: Landwirtschaftskammer Oberösterreich

Das Projekt Esserwissen ist eine Initiative der Landwirtschaftskammer OÖ, welche sich mit Lebensmitteln aus Österreich und Nachhaltigkeit beschäftigt. Zu diesen Themen waren Vertreter der Esserwisser, neben rund 500 weiteren Ausstellern, auf der Rieder Messe 2021 präsent. Für den Messestand wurde von MBIT Solutions der Großteil der Gestaltungs- und Werbemittel entworfen.

ALTE WACHE Corporate Architecture

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: ALTE WACHE – Haus der badischen Weine GmbH

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.

Architekturdesign „Apotheke zum heiligen Leopold“

Kotschever Weiss Werbeagentur
www.kotscheverweiss.at

Kunde: Apotheke zum heiligen Leopold

Für Kotschever Weiss war es eine große Aufgabe, einer seit 1861 bestehenden lokalen Traditionsmarke einen neuen Auftritt und ein neues Styling zu geben. Grund war die Übersiedlung des Standortes der Apotheke zum hl. Leopold in Wiener Neustadt aus dem mittelalterlichen Gewölbe in ein topmodernes Outlet mit Parkraum vor der Tür.

Rathaus Amstetten – neues Erscheinungsbild

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: Stadtgemeinde Amstetten

Es sind die grafische Auflösung, die konsequente Verfolgung des Corporate Designs der Stadt, die Schaffung einer eigenen Identity über alle Kleiderhaken und Aufzüge hinaus. Eingehende Beschäftigung mit Lesefreudigkeiten, Kontrasten, Orientierungsmerkmalen und architektonischen Ansprüchen führten unter anderem zu einer perfekten Kooperation zwischen Bauherren und Agentur.

Kategorie Verpackungsdesign

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

Adolorin / Packaging Design und Markenentwicklung

ConceptDesign e.U.
www.conceptdesign.at

Kunde: KWIZDA Pharma GmbH

Das altbekannte Schmerzmittel Adolorin soll moderner werden und neue und jüngere Zielgruppen erreichen. Neben neuen Produkten wie den innovativen „to go"-Direktsticks, die einfach direkt ohne Wasser eingenommen werden können, oder einer eigenen Produktlinie speziell für Kinder soll das neue Brand Design dieser Markenausrichtung entsprechen.

Weinetikette CELLAR 99 – ein Klassiker, der seinesgleichen sucht

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Weingut Norbert Bauer

Ein echter Weinviertler, gewachsen im Herzen der Landschaft, vinifiziert im historischen „CELLAR 99". Unter diesem Motto steht die Sonderedition von Willy Bauer. Gezeichnet nach der Kellergasse Jetzelsdorf, spiegelt das Etikett das typisch urige Weinviertel wider. Die kleinen Details, hervorgehoben durch die Heißfolienprägung, verleihen dem Wein die gewollte Tradition.

Weinetiketten Weingut Autrieth

Hofer Media GmbH & Co KG
www.hofermedia.at

Kunde: Weingut Autrieth

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.

Eins bis Endlos

Druckwerk Krems Alt Etiketten Druckgesm.b.H.
www.meilensteinkrems.at

Kunde: Weingut DAM

Eines der Ziele war die Visualisierung der Geschichte, genauso wie ein elegantes Wirken der Etikette, wobei das Logo ausschließlich ein leichtes Redesign bekommen sollte. So wurde jeder Weinsorte eine entsprechende Zahl zugeordnet. Die designten Ziffern, die klassizistisch und zeitlos anmuten, erzeugen Spannung im Format und lassen dem Betrachter Raum für Interpretation.

Edelbranding

Druckwerk Krems Alt Etiketten Druckgesm.b.H.
www.meilensteinkrems.at

Kunde: Daniel Harter Edelbrände

Als Daniel Harter für sein erstes Briefing Platz nahm, lieferte er die Story für die Gestaltung seiner Edelbrand-Etiketten gleich mit: Er erzählte von „seinem“ Fuchs RÄV. Kräftige Farben umrahmen Illustrationen, ohne zu konkurrieren. Gleiches gilt für Logo samt Signatur und alle anderen typografischen Elemente. Sie sind geerdet, fein, zurückhaltend. Das nennen wir Edelbranding.

Kategorie Grafikdesign

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

Branding für Community Health Nurse

visual.addiction // Cornelia Rammler
www.visualaddiction.at

Kunde: VORSORGE & GESUNDHEITSFÖRDERUNG RME GmbH

Die fast vergessene Tradition der Gemeindeschwester erwacht zu neuem Leben! Ein einprägsames Branding musste her, das eine klare Sprache spricht. Dabei sollte es nicht medizinisch, sondern positiv, freundlich und richtungweisend sein. Am Anfang wurde ein Stylescape entwickelt – eine Panoramaabbildung des Brandings mit maßgeblichen Elementen: Logo, Schriften, Farben, Key Visuals und Bildsprache.

HELIOZ

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: HELIOZ GmbH - Future Economy

Lumsden & Friends entwickelte für HELIOZ ein Corporate Design, das neue Wege beschreitet. Das Ziel ist, im Gegensatz zur kühlen Ausstrahlung der Konkurrenz, mit einem warmen, menschlichen Antlitz aufzufallen.

Schönbrunn

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

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

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

Hotel Schachner Logodesign / CD / CI

attack werbeagentur
www.attack.at

Kunde: Ferdinand Schachner GesmbH

Das Logo ist Ansichtssache im wahrsten Sinne des Wortes. Die Wachau emotionalisiert im Claim und im Spa bist du dem Himmel ganz nah. Der Schriftzug SCHACHNER selbst repräsentiert Familiengeschichte und Tradition. Das Corporate Wording macht einen Gymnastikraum zum Kraftwerk und Wellness bedeutet Wachheit. Genuss mit allen Sinnen. Die Früchte dieser Arbeit findet man auch im Glas.

WEIN & CO Rebranding

agentur werbereich gmbh
www.werbereich.at

Kunde: WEIN & CO Handelsges.m.b.H.

„Gemeinsam die pure Faszination Wein erleben“ – der Kern der Marke wird in der visuellen Identität zum Gesicht von WEIN & CO. Von der Farbgebung über Typografie und Layout bis hin zu speziellen Faszinationselementen, die buchstäblich zu einem Fenster werden, ist es dieses Thema des Entdeckens, das die visuelle Identität der Marke WEIN & CO bestimmt.

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.

ghost.company – made by ghost

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

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.

MBIT Jahrbuch

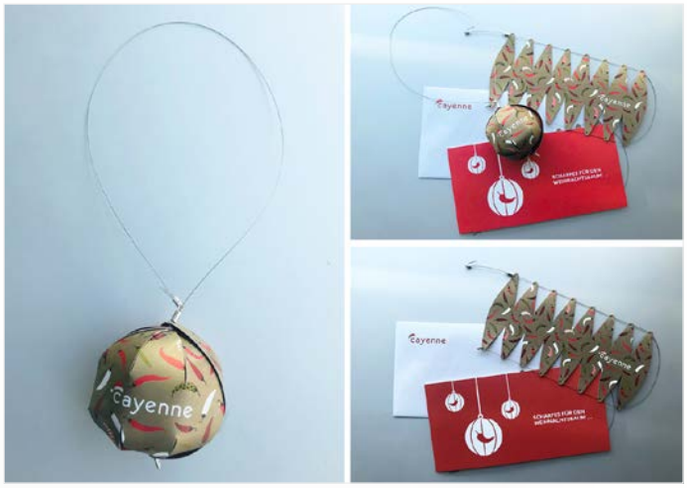
MBIT Solutions GmbH
www.mbit.at

Eine Idee geisterte bei MBIT Solutions schon länger in den Köpfen herum: ein Buch mit allen Highlights, erfolgreich umgesetzten Projekten und internen Aktivitäten als Jahresrückblick. Ein greifbares Erinnerungsstück, das beim Durchblättern an all die Momente und Leistungen erinnert, auf die man richtig stolz sein kann. Vor allem in den letzten beiden von der Pandemie geprägten Jahren war diese Gedächtnisstütze besonders wertvoll.

Employer Branding by marketing circus

marketing circus
www.marketingcircus.at

Gerade im Social-Media-Bereich ist es wichtig, kreative Inhalte zu produzieren und diese für Eigenwerbung einzusetzen. Wir behalten die neuesten Reel-Trends im Auge und passen sie auf unsere Persönlichkeit an. Nach der Veröffentlichung haben uns über 25 neue Initiativbewerbungen erreicht, mehr als 15.000 Personen haben das Reel gesehen – und das ohne Werbebudget!



Cayenne Weihnachtsmailing

Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Weihnachten 2021 konnten sich Kunden, Freunde und Partner etwas ganz Besonderes auf den Weihnachtsbaum hängen – eine Cayenne-Weihnachtskugel, mit „chilligen“ Grüßen geliefert. Eine Karte voller illustrierter Chilischoten auf Gold als gestanzte Fläche, die sich mit einer Zugmechanik zur Cayenne-Weihnachtskugel formt. Scharfes für den Weihnachtsbaum …

Reserviert für attack

attack werbeagentur
www.attack.at

In unserer Tasche, dem DINGE REIN TU DING, sind die tollsten DINGE drin. Und ein kleiner Flyer mit Bildern am Band als Einladung für einen Besuch in unserer neuen Agentur. Die Bilder als Beweis: Wir leben Corporate Design. In allen Formen. Gedruckt, gesprayt, architektonisch, verspielt, satiniert und beleuchtet. Kreative Botschaften umgesetzt mit kreativer Werbetechnik.

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.

Geld ist nicht alles

Lumsden & Friends KG
www.lumsdenandfriends.at

Kunde: Raiffeisen Bank International AG

Geld ist nicht das Wichtigste – was auf den ersten Blick als banale Wahrheit daherkommt, bekommt einen erstaunlichen Twist, wenn sie von einer Bank ausgesprochen wird. Mit dieser Kampagne inszenierten Lumsden & Friends die Bank als Pionierin und Nummer eins im Green Banking in Österreich.

Gemma Mostviertel

inShot GmbH
www.inshot.at

Kunde: Initiative Gemma Mostviertel c/o Stadtmarketing Amstetten

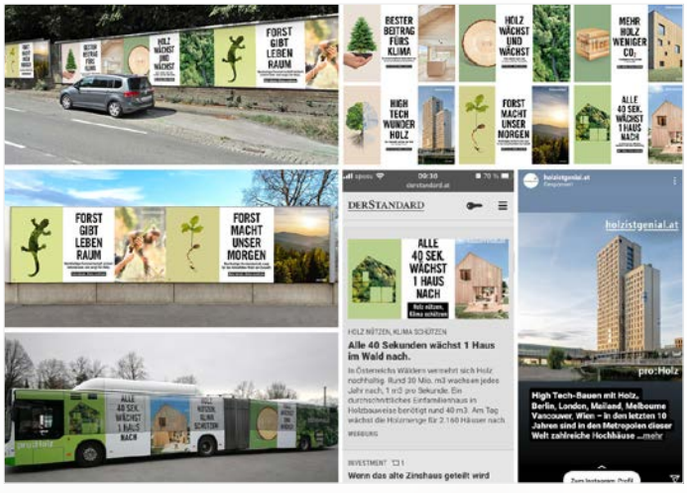
Die gänzlich als Wohltätigkeitsprojekt umgesetzte „Gemma Mostviertel"-Kampagne wurde von neun Initiatoren ins Leben gerufen, um für die heimischen Betriebe zu werben und Alternativen zu den anonymen Online-Riesen, speziell während des ersten Lockdowns, aufzuzeigen. In den ersten 48 Stunden wurden über 20.000 Seitenzugriffe gezählt.

WIR SIND DAS FEUER AM STROM. Markenbildung für den UHK Krems

WAGNERUNDPARTNER
www.wagnerundpartner.at

Kunde: Förthof UHK Krems

Einer der traditionsreichsten Handballvereine Österreichs entschloss sich zu einer völligen Neuausrichtung der Marke „UHK Krems“, um der in der Vereinsführung definierten Vision gerecht zu werden: „Wir machen Krems zur Handballhochburg Österreichs und entwickeln den UHK Krems zu einer der attraktivsten Sportmarken des Landes.“



proHolz Jahreskampagne 2021

Cayenne Marketingagentur GmbH
www.cayenne.at

Kunde: proHolz Austria

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.

avec coeur | cause art can make a change

lackner creative gmbh
www.lknr.at

Kunde: Avec Coeur e.U.

Die aufsehenerregende Kampagne von avec coeur setzt sichtbare Zeichen gegen Brustkrebs. Provokante Maßnahmen zielen darauf ab, die Öffentlichkeit für das Thema Brustkrebs zu sensibilisieren. Der Maßnahmenmix der Kampagne setzte sich aus Megaboards auf vielbefahrenen Straßen, darauf perfekt abgestimmten Social-Media-Beiträgen sowie dem Vertrieb qualitativ hochwertiger Kunst zusammen.

Ihre Fachgruppe

Werbung und Marktkommunikation

WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung·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

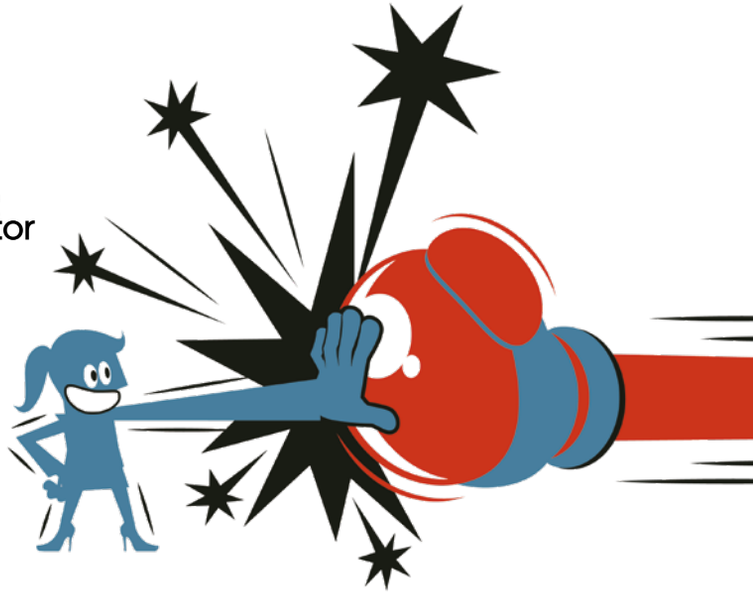
5. Veranstaltung, Events & Vernetzung

- **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:
• 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

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

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Werbung · Marktkommunikation

Werbe monitor

www.goldenerhahn.at