

# Werbung monitor

Sonderedition Goldener Hahn | Die Gewinnerinnen und Gewinner

TOPinfo, Verlagspostamt 3100 St. Pölten | GZ 05z036121M, Ausgabe 1019/24 | P.b.b., Info-Magazin der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation



## Die DNA der Kreativität

Ehrung für jene, die ihre kreativen Gene am besten nutzten, um herausragende Werbung zu gestalten.

## Verleihungsevent

Die schönsten Momente beim Goldenen Hahn! Get-together, Trophäen, Live-Painting-Show und die Feier!

## 12 Kategorien

Alle Siegeragenturen, ihre preisgekrönten Arbeiten und ihre Auftraggeberinnen und Auftraggeber.



# Ihre geballte Ladung Abwehrkraft

Fachgruppenversicherungen: kostengünstig nur für  
Niederösterreichs Kreative!

## Hoher Schutz bei Cyberattacken

Cyberversicherung

**Jährlich € 22,20**

## Erfolgreich gegen Fremdforderungen

Berufshaftpflichtversicherung

**Jährlich € 22,20**

### Jetzt versichern!

Angebot nur gültig für Mitglieder der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation. Weitere Informationen bei Sandra Wandrasch.

+43 (0) 2635 61001 31, Sandra Wandrasch, s.wandrasch@mbp.at  
[www.mbp.at/gruppentarife](http://www.mbp.at/gruppentarife)

# Inhalt

- 03 Editorial
- 04 Goldener Hahn 2024
- 06 Out of Home
- 08 Print
- 10 Digital
- 12 Bewegtbild
- 14 Event
- 16 Dialog-Marketing
- 18 Public Relations
- 20 POS | Messearchitektur
- 22 Verpackungsdesign
- 24 Grafikdesign
- 26 Eigenwerbung
- 28 Kampagne

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

Mehr über alle Arbeiten finden Sie online auf [www.goldenerhahn.at](http://www.goldenerhahn.at)

# Editorial

**Es war mir eine besondere Freude, am 12. Juni die Crème de la Crème unserer Branche in den historischen Kasematten in Wiener Neustadt zur 46. Verleihung des Goldenen Hahn begrüßen zu dürfen.** Diese Veranstaltung ist mehr als nur eine Preisverleihung – sie ist ein Beweis für die immense Bedeutung von Kreativität und Innovation als Triebfeder für den wirtschaftlichen und kulturellen Erfolg unserer Region.

Das Motto „Die DNA der Kreativität“ war nicht nur eine plakative Überschrift, sondern eine tiefgehende Anerkennung der Tatsache, dass kreative Exzellenz und der Mut zu Innovationen fest in unserer niederösterreichischen Identität verankert sind. Unsere Branche zeigt Jahr für Jahr, dass kreatives Denken und Handeln keine Grenzen kennt und kontinuierlich zu beeindruckenden Ergebnissen führt.

2024 haben wir in zwölf Kategorien die herausragendsten Werbeprojekte ausgezeichnet. Die Leistungen sind ein lebendiger Beweis dafür, dass unsere Region nicht nur mit Kreativität glänzt, sondern auch mit hoher Qualität und Professionalität.

Ein spannendes Highlight des Abends war der Auftritt des Künstlers Luis Morales. Mit seiner Live-Painting-Show brachte er eine dynamische und inspirierende Note in die Veranstaltung, indem er das Goldener-Hahn-Logo in einer faszinierenden Kombination aus Neonfarben und starken Kontrasten interpretierte. Seine künstlerische Schaffenskraft und die individuelle Gestaltung jeder Siegerurkunde haben die Einzigartigkeit und den Wert des Abends zusätzlich unterstrichen.

Die Verleihung des Goldenen Hahn ist jedes Jahr eine großartige Gelegenheit,

sich zu vernetzen, auszutauschen und gemeinsam die neuesten Trends und Entwicklungen zu feiern. Doch sie ist auch ein Moment der Reflexion über die Rolle, die Kreativität in unserer Gesellschaft spielt. Kreativität bedeutet, neue Wege zu gehen, querzudenken und sich ständig neu zu erfinden. Sie ist der Motor, der unsere Branche vorantreibt und uns hilft, uns immer wieder aufs Neue zu behaupten und weiterzuentwickeln.

Ich danke Ihnen allen für Ihre Teilnahme und Ihr unermüdliches Engagement. Lassen Sie uns auch in Zukunft gemeinsam daran arbeiten, unsere kreative DNA weiter zu stärken und zu fördern.

In dieser Sonderedition präsentieren wir Ihnen die Gewinnerinnen und Gewinner, die Sujets ihrer Projekte und lassen die Auftraggeberinnen und -geber zu Wort kommen. Und jene, die nicht dabei sein konnten, erhalten zudem einen stimmungsvollen Einblick in den Verleihungs-event.

Mein Team und ich gratulieren Ihnen nochmals sehr herzlich!

Ihr  
Andreas Kirnberger



**Andreas Kirnberger**  
Obmann der WKNÖ  
Fachgruppe Werbung und  
Marktkommunikation

**//**  
*Das Motto  
„Die DNA der  
Kreativität“ fand  
in allen Facetten  
Ausdruck.*

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

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

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

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



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

Die Goldenen Hähne warten auf „ihre“ Gewinnerinnen und Gewinner!

# Goldener Hahn 2024

## Die DNA der Kreativität

Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation verwandelte die Kasematten Wiener Neustadt in einen kreativen Hotspot. Bei der 46. Verleihung des Goldenen Hahn, dem bedeutendsten Landeswerbepreis, zelebrierte Niederösterreichs Werbewelt unter dem Motto „Die DNA der Kreativität“ ihre besten Projekte. Der Goldene Hahn steht für kreative Brillanz und Spitzenqualität, bietet eine Bühne für das Netzwerken und den Austausch in der Branche. Die preisgekrönten Ideen sind Ausdruck dieser Kreativität der niederösterreichischen Werberinnen und Werber und lassen das ganze Jahr über Innovationen sprießen.

Einen ausführlichen Bericht finden Sie in der Werbemonitor-Ausgabe 04/2024 oder auf [www.goldenerhahn.at](http://www.goldenerhahn.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

Der zeitgenössische peruanische Künstler Luis Morales schuf in seiner Live-Painting-Show ein Kunstwerk. Es stellt das Goldener-Hahn-Logo in einer Kombination aus Neonfarben und starken Kontrasten dar



Foto: Christian Mikes

Jede Gewinnerin und jeder Gewinner konnte als Erinnerungsstücke einen signierten Teil des besonderen Kunstwerks mit nach Hause nehmen



Foto: Christian Mikes

Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger, WKNÖ-Präsident KommR Wolfgang Ecker und Fachgruppengeschäftsführer Clemens Griefenberger in bester Laune beim Verleihungsevent



Foto: Christian Mikes



Stimmungsvolle  
Atmosphäre in den  
Kasematten

Foto: Christian Mikes



Erfrischende Cocktails und Drinks, die zum Genießen einladen

Foto: Matthias Heschl (Chaka2)



Vor und nach dem Verleihungsevent wurde intensiv geplaudert, genetzt und Ideen wurden ausgetauscht

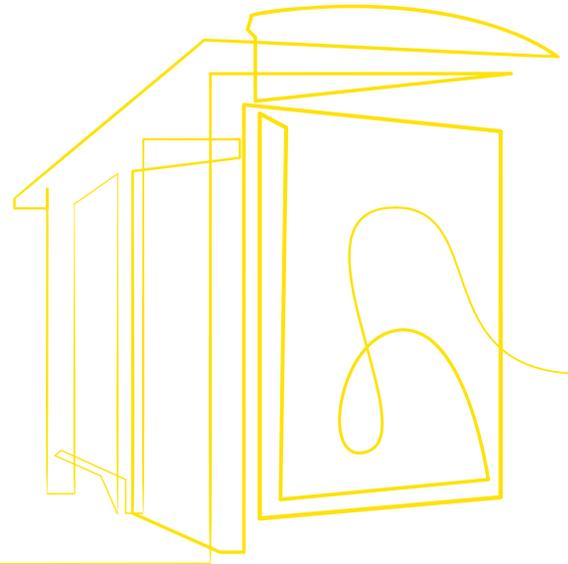
Foto: Matthias Heschl (Chaka2)



Foto: Christian Mikes

Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger, Chaka2-Chef Martin Kaswurm, Werbemonitor-Chefredakteurin Sabine Wolfram, Künstler Luis Morales, Fachgruppengeschäftsführer Clemens Gießenberger, Projektleiter und Fachgruppenobmann-Stv. Wolfgang Kessler sowie Ausschuss-Mitglied Herbert Sojak sind bereit für den Goldenen Hahn

Kategorie  
**Out of Home**



**Lumsden & Friends**

[www.lumsdenandfriends.at](http://www.lumsdenandfriends.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Puls – Verein zur Bekämpfung des plötzlichen Herztodes

**Gerald Hauer, Creative Director Art Lumsden & Friends:** „Es war ein toller Abend für uns. Ich bin froh, dass sich unser poppig Design durchgesetzt hat und wir es in einem fantastischen Rahmen ordentlich feiern konnten!“

**Mario Krammel, geschäftsführender Präsident Verein PULS:** „Wir freuen uns, dass das Thema Wiederbelebung nach einem plötzlichen Herzstillstand mit dem Goldenen Hahn eine zusätzliche Bühne bekommt. Je mehr Menschen unsere Botschaft kennen, desto mehr Leben können gerettet werden.“



**Projekt:** Rufen – Drücken – Schocken

**Projektbeschreibung:**

Leben retten ist jetzt poppig! Das dachte sich die Agentur Lumsden & Friends und brachte die lebensrettende Botschaft für den Verein Puls im Pop-Art-Stil auf die Straße.

Kategorie  
**Print**

**dagner.partner Werbeagentur GmbH**

[www.dagnerpartner.at](http://www.dagnerpartner.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber: Vossen GmbH & Co. KG**

**Dr. Kai U. Dagner, Geschäftsführer und Inhaber dagner.partner Werbeagentur GmbH:**

„Den Gewinn des Goldenen Hahn sehen wir als großartige Anerkennung der Kreativarbeit unseres gesamten Teams. Und er zeigt, dass sich unser hoher Qualitätsanspruch einmal mehr gelohnt hat.“

**Michael Unger, Geschäftsführer VOSSEN:** „Die kreative Umsetzung des we care Nachhaltigkeitsmagazins kommt bei unseren Kunden sehr gut an. Sie sehen darin eine gelungene Stärkung der Authentizität all unserer bisherigen CSR-Maßnahmen.“



**Projekt: we care**

**Projektbeschreibung:**

„we care“ ist ein Nachhaltigkeitsmagazin neuen Typs, nämlich eine Mischung aus klassischem Nachhaltigkeitsbericht und journalistisch aufbereitetem Magazin mit spannenden Storys über das und aus dem Unternehmen VOSSEN, das zu Europas führenden Frottiertwaren-Herstellern zählt. Dabei wurden bewusst auch Mitarbeiter und ihre Erfahrungen in ihrem jeweiligen Arbeitsbereich miteinbezogen.

Kategorie  
**Digital**



**Gebrüder Pixel OG**

[www.gebruederpixel.at](http://www.gebruederpixel.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

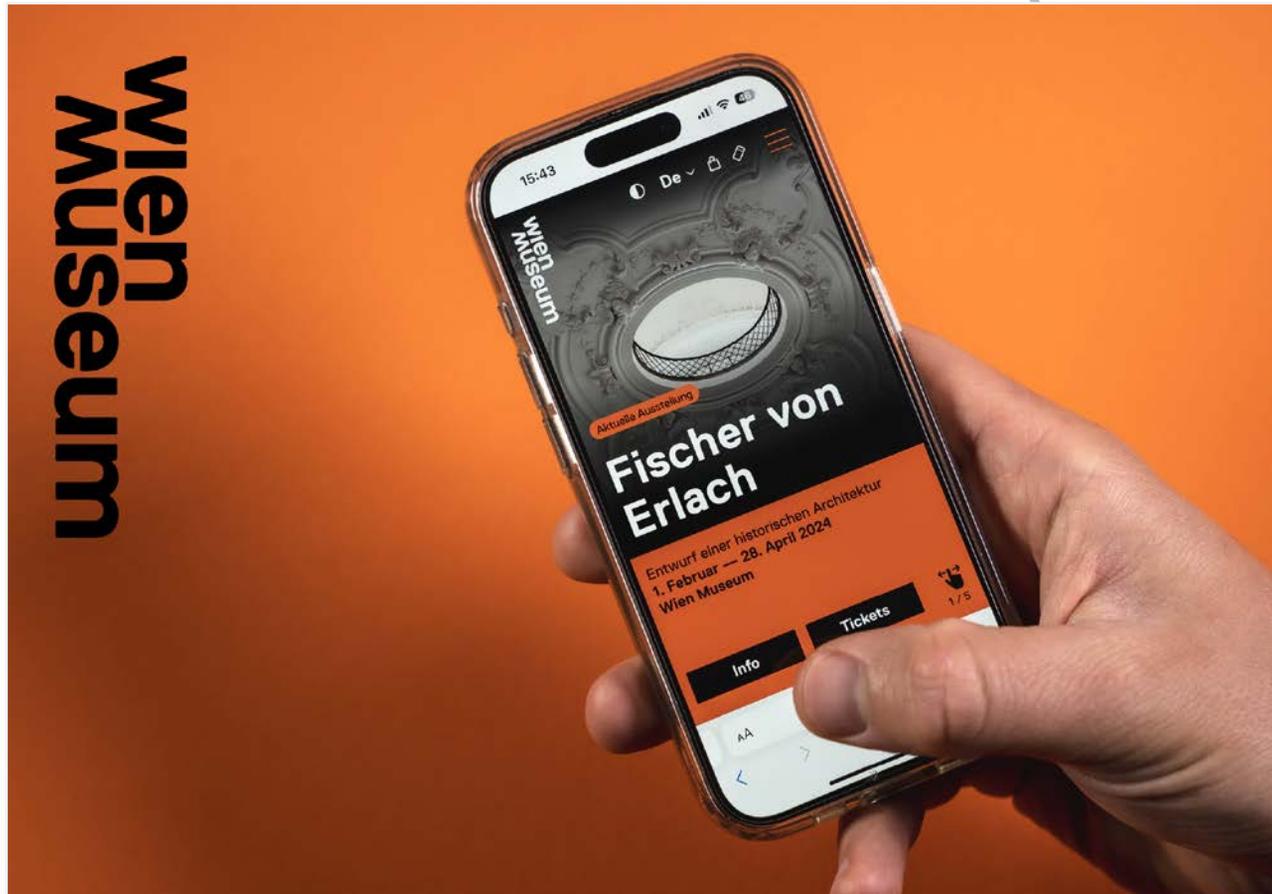
**Auftraggeber:** Museen der Stadt Wien

**Philipp Pieh-Sandpeck, Geschäftsführer und kreative Leitung Gebrüder Pixel OG:**

„Wir sind sehr stolz, dass wir mit Kreativität, Struktur und Erfahrung zur Verwirklichung eines durchgängigen digitalen Museumserlebnisses beitragen durften – und können uns nur für die tolle Zusammenarbeit bedanken.“

**Florian Pollack, Leitung Kommunikation und Development Wien Mu-**

**seum:** „Die Zusammenarbeit mit Gebrüder Pixel für die neue Website des Wien Museums war professionell, genau, leichtfüßig und von tiefem Verständnis für Usability und unser neues Corporate Design geprägt.“

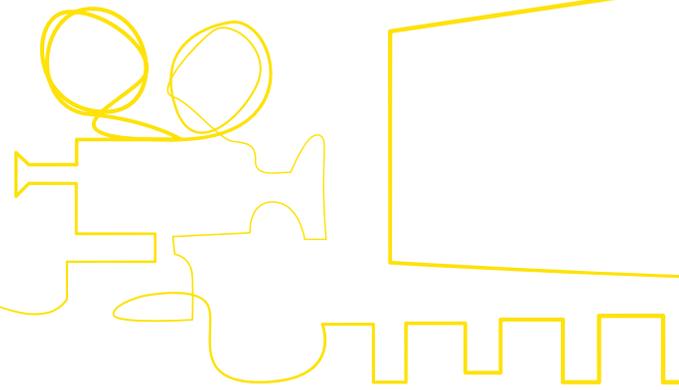


### Projekt: Wien Museum

#### Projektbeschreibung:

Die Neueröffnung des Wien Museums am Karlsplatz wurde zum Anlass genommen, nicht nur den neuen visuellen Look der Marke, sondern die komplette digitale User Experience des Museums und aller seiner Standorte neu zu denken. Dazu zählen neben Website und Webshop auch der digitale Medienguide, der als Web-App umgesetzt wurde, sowie die Entwicklung der Digital Signage im und um den Hauptstandort am Karlsplatz.

Kategorie  
**Bewegtbild**



**NEULICHT FILM**

[www.neulichtfilm.at](http://www.neulichtfilm.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** GOURMET Kids

**Alexander Dorten, Produzent und Regisseur Neulichtfilm:** „Die Produktion von hochwertigem Bewegtbild ist seit Langem unsere Leidenschaft. Wenn dieser Einsatz durch einen Werbepreis wie den Goldenen Hahn honoriert wird, bringt das große Freude und Motivation.“

**Mag. Helga Cvitkovich-Steiner, Leitung Marketing und Produktmanagement Education und Care Catering, GMS GOURMET GmbH:** „Das Video unserer Kinderkochwerkstatt ergänzt den Markenauftritt von GOURMET Kids und gibt Einblicke in unser Tun. Die kreative Umsetzung überzeugt Stakeholder wie Kunden:innen gleichermaßen.“



**Projekt:** KIKO – Die Kinderkochwerkstatt

**Projektbeschreibung:**

Produziert wurde von NEULICHT FILM ein frischer Imagespot für die KIKO – Die Kinderkochwerkstatt von GOURMET Kids. Die KIKO besucht Schulklassen und bietet Kindern die Möglichkeit, die Ärmel hochzukrempeln, zu schälen, zu schneiden, zu hacken und zu rühren. In der Küche ist richtig was los. Die Jungköch:innen haben Spaß und gesunde Ernährung wird ihnen schmackhaft gemacht.

Kategorie  
**Event**



**Andreas Gabler**

[www.gablerwerbungfilm.com](http://www.gablerwerbungfilm.com)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Die Tafel Österreich (ehemals Wiener Tafel), BOKU Wien

**Mag. Andreas Gabler, Kreativdirektor:** „Der Gewinn des Goldenen Hahn ist eine große Motivation für das ganze Team. Der Goldene Hahn ist aber auch eine Bestätigung für unsere Kunden, auf die richtige Agentur gesetzt zu haben.“

**Dr. Alexandra Gruber, Geschäftsführerin Die Tafel Österreich:** „Dass Gewissens-BISS einen Nerv trifft, zeigt nicht nur die lückenlose Buchung, sondern vor allem das Feedback der Besucher:innen – Begeisterung, Aha-Momente und die Motivation zur Verhaltensänderung bei sich selbst und im Umfeld.“



### Projekt: Wanderausstellung GewissensBISS

#### Projektbeschreibung:

Warum landen täglich so viele Lebensmittel im Müll? Wie wirkt sich das auf Umwelt, Klima und Gesellschaft aus? Und vor allem: Was können WIR ALLE dagegen tun? Diesen und vielen weiteren Fragen widmet sich die interaktive Wanderausstellung „GewissensBISS“. Da sich die Ausstellung an Schüler und Jugendliche richtet, wurde das Ausstellungs-Design spielerisch und einladend gestaltet.



Kategorie

# Dialog-Marketing

## Marcel Gillinger – LIBERARI

<https://liberari.eu>



**Auftraggeber:** voestalpine KREMS GmbH – leova®

**Marcel Gillinger, Gründer LIBERARI:** „Einen Goldenen Hahn zu gewinnen, war ein Ziel, das mich stark angesprochen hat. Diese Auszeichnung bestätigt unsere Arbeit und Innovationskraft, stärkt unseren Ruf in der Branche und motiviert uns, weiterhin kreative und erstklassige Lösungen zu entwickeln.“

**Oliver Ishak, Team Leader VSR – Renewable Energy, Material Handling & Leova:**

„Im Zuge des kreativen Austausches war es uns wichtig, nicht nur das Interesse an unserer Kundenveranstaltung mit einer ansprechenden Einladung zu steigern, sondern auch die Vorfreude auf das Event selbst zu generieren. Darüber hinaus sollten ein Produktbezug sowie eine Exklusivität erreicht werden.“

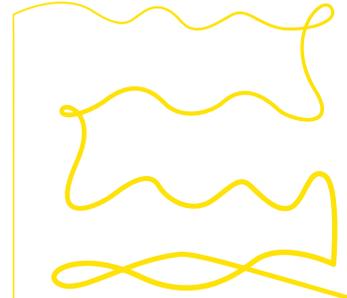


**Projekt:** Einladungs-Ticket aus Stahl für die leova-Händlertagung

**Projektbeschreibung:**

Die voestalpine Krets hat für ihre leova-Händlertagung einen innovativen Weg gesucht, um ihre Gäste, hauptsächlich Händler der Weinbaubranche aus dem In- und Ausland, einzuladen und zu begeistern. Das Ergebnis war ein Einladungs-Ticket aus Stahl. Diese einzigartige Einladung war nicht nur informativ, sondern auch haptisch erlebbar.

Kategorie  
**Public Relations**



**attack werbeagentur**

[www.attack.at](http://www.attack.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Stadtgemeinde Amstetten

**Gernot Kromoser, Art Director und ausführender Grafiker von diesem Projekt attack werbeagentur:**

„Der Goldene Hahn bedeutet eine zusätzliche Wertschätzung unserer kreativen Arbeit. Er bestätigt unser Bestreben, herausragende Konzepte von der Idee bis zur Umsetzung zu realisieren.“

**Thomas Leitsberger, Leiter Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit Stadtgemeinde Amstetten:**

„Wir erhielten viel positives Feedback für unser Baustellenmanagement und die dazugehörige Information. Viele lobten unsere klare, effiziente Kommunikation und die ansprechende, informative Gestaltung.“



**Projekt:** Baustellenmarketing Hauptplatz Amstetten

**Projektbeschreibung:**

Die umfangreichen Baustellenmarketing-Aktivitäten bei der Neugestaltung des Hauptplatzes in Amstetten zeichneten sich durch eine durchdachte Kommunikationslinie und eine ansprechende grafische Gestaltung aus. Ein eigenes Baustellenmaskottchen namens „Wolfi“ wurde eingeführt, das als charmanter Präsentator der aktuellen Baufortschritte diente.



Kategorie

# POS | Messearchitektur

**Messewerkstatt GmbH**

[www.messewerkstatt.com](http://www.messewerkstatt.com)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Scotty Group Austria GmbH

**Stefan Hasenauer, Geschäftsführung Messewerkstatt GmbH:** „Der Gewinn des Goldenen Hahn stärkt unsere Reputation, erhöht die Sichtbarkeit und zieht neue Kunden an. Er motiviert unser Team und stärkt unsere Position in der Branche.“



### Projekt: Scotty

#### Projektbeschreibung:

Unser eingereichtes Messestandprojekt für den Kunden Scotty Group Austria GmbH präsentiert sich als futuristisches Highlight auf der internationalen Messebühne. Scotty Group Austria GmbH, ein führender Anbieter von Soft- und Hardwarelösungen für die Luftfahrtbranche, hatte den klaren Wunsch geäußert, dass der Messestand die Atmosphäre eines Raumschiffs widerspiegelt.



Kategorie

# Verpackungsdesign

**Andreas Gabler**

[www.gablerwerbungfilm.com](http://www.gablerwerbungfilm.com)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Gilli – Mühle Speiseöl GmbH

**Mag. Andreas Gabler, Kreativdirektor:** „Die Anerkennung unserer Arbeit durch Experten der eigenen Branche ist eine schöne Bestätigung, dass unsere Ideen hervorstechen. Nicht nur für uns, sondern auch für unsere Kunden.“

**Georg Gilli, Geschäftsführer Gilli – Mühle Speiseöl GmbH:** „Auf einem Genussmarkt bekamen wir eines der schönsten Komplimente: ‚Ich muss Ihnen sagen, ich bin ‚nur‘ wegen der wunderschönen Etiketten stehen geblieben – und jetzt schmeckt das auch noch super!“



### Projekt: Öl und Essig mit Charakter

#### Projektbeschreibung:

Gestaltung von Öl- und Essig-Etiketten mit Charakter. Zu sehen sind die beiden Menschen hinter „aö – Iss Dialekt“, Georg und Nici Gilli. Und die haben nur Öl (aö) bzw. Essig (aë) im Kopf. Die liebevoll gestalteten Etiketten zeigen den Charakter der jeweiligen Sorte und schaffen eine unverwechselbare Markenfamilie.

Kategorie  
**Grafikdesign**

**Branding Brothers GesbR**

[www.brandingbrothers.at](http://www.brandingbrothers.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Fassbinderei Schön

**Jeremias Buchinger, Creative Direction, Projektleitung & Beratung Branding Brothers GesbR:**

„Großartige Kunden und viel Spaß an unseren Projekten – was will man mehr. Vielleicht noch Gold beim NÖ Landeswerbepreis, denn die Meinung einer Fachjury ist für uns wie ein Qualitätsstempel.“

**Manuel Schön, Geschäftsführung Fassbinderei Schön GmbH:** „Da wir auf großen Messen in Italien, Frankreich und Deutschland unterwegs sind, erhalten wir viel persönliches Feedback zu unserem Branding. Und das ist durchwegs extrem positiv!“



**Projekt:** Ganz einfach schön

**Projektbeschreibung:**

Die Fassbinderei SCHÖN – als Familienbetrieb geführt – lebt dieses spezielle Handwerk durch und durch. Diesen Vibe fängt auch die Corporate Identity ein, die den Branding Brothers anvertraut wurde. Dazu gehören neben Wording und Story auch das Basisdesign und Geschäftsdrucksorten sowie Social Media, mehrsprachige Imagebroschüren, Bekleidung und die Messeausstattung.



Kategorie

# Eigenwerbung

**Point of View GmbH**

[www.pov.at](http://www.pov.at)



**Dipl.-Ing. Robert Herbst, Eigentümer Point of View GmbH:** „Der Gewinn des Goldenen Hahn ist nicht nur für uns eine große Freude, sondern auch für unsere Kunden! Durch den Goldenen Hahn haben wir schon viele Anfragen bekommen und uns in ganz Niederösterreich bekannt gemacht. Die Teilnahme ist für uns ein Höhepunkt im Jahr!“



**Projekt:** Point of View – Drohnen

**Projektbeschreibung:**

Wir bei POINT OF VIEW sind vor allem bekannt für unsere Fotos und Videos. Und wie könnte man die atemberaubende Landschaft in und um Niederösterreich besser einfangen als mit Drohnen? Die besten Aufnahmen haben wir in diesem Video zusammengetragen. Einfach zurücklehnen und genießen!

Kategorie  
**Kampagne**



**Lumsden & Friends**

[www.lumsdenandfriends.at](http://www.lumsdenandfriends.at)



Foto: Matthias Heschl (Chakaz)

**Auftraggeber:** Stadt Wien

**Marco Lumsden, Inhaber und Geschäftsführer Lumsden & Friends:** „Die Kraft dieser Kampagne liegt in der Strategie und dem Twist im Slogan. Es freut mich besonders, dass das von der Jury gewürdigt wurde.“

**Marta Spannring, Fachbereichsleiterin MA53, Kommunikation und Medien:** „Aus Niederösterreich kommen viele unserer Mitarbeiter:innen. Es ist großartig, dass die Employer-Branding-Kampagne durch den Goldenen Hahn dort noch mehr Aufmerksamkeit bekommt.“

**Arbeite auch  
du an Wien!**  
[jobs.wien.gv.at](https://jobs.wien.gv.at)

**Stadt  
Wien**

**Projekt:** Arbeite auch du an Wien!

**Projektbeschreibung:**

Die Stadt Wien als Arbeitgeberin bietet etwas Einzigartiges: Denn wer FÜR die Stadt arbeitet, der arbeitet gleichzeitig AN der Stadt. Dieser USP ist die Kernbotschaft der Employer-Branding-Kampagne, entwickelt von Lumsden & Friends.



Sofort loslegen!

# 10 Services, die zählen!

Ihre Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

## 1. Fachgruppen-Büro

➤ **Ein Service, der zählt!**

WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation: Branchenexpertise für Sie, die hält.

**Hier geht es zu Ihren Ansprechpartnerinnen und -partnern:** [t1p.de/sluq3](http://t1p.de/sluq3)

## 2. werbemonitor.at und Werbemonitor Print

Immer informiert, immer am Puls der Zeit mit werbemonitor.at und Werbemonitor Print. Ihr niederösterreichspezifischer Wissensvorsprung!

➤ **Regionale Info, die zählt. Immer um einen Schritt voraus.**

**Werbemonitor Print:** [t1p.de/wmysg](http://t1p.de/wmysg)

**Werbemonitor online:** [www.werbemonitor.at](http://www.werbemonitor.at)

**LinkedIn:** [t1p.de/3m697](http://t1p.de/3m697)

**Instagram:** [t1p.de/clv2y](http://t1p.de/clv2y)

**Facebook:** [t1p.de/r4wo7](http://t1p.de/r4wo7)

## 3. Kampagnen

Gemeinsam sind wir stark! Mit innovativen Kampagnen gestalten wir die Werbewelt positiv.

➤ **Kampagnen, die zählen.**

**Imagekampagne: Immer outstanding, immer richtig!**

[outstanding.werbemonitor.at](http://outstanding.werbemonitor.at)

**Lehre: Das Update für dein Unternehmen**

[update.werbemonitor.at](http://update.werbemonitor.at)

## 4. Rechtsberatung und -vertretung

Wir bieten umfassende juristische Unterstützung und begleiten Sie sicher durch den Paragraphen-Dschungel.

➤ **Rechtssicherheit, die zählt!**

Unsere Mission für Ihre juristische Sicherheit:

[t1p.de/jif3f](http://t1p.de/jif3f)

## 5. Versicherungen

Maßgeschneiderte Versicherungslösungen bieten Sicherheit im Berufsleben für wenig Geld!

➤ **Rundumschutz, der zählt!**

Risiken? Nicht mit Ihrer Fachgruppe.

**Berufshaftpflicht:** [t1p.de/1ikuy](http://t1p.de/1ikuy)

**Cyberversicherung:** [t1p.de/szwek](http://t1p.de/szwek)

## 6. Musterverträge & Muster-AGB

Sie sind verständlich und fair für alle Seiten. Warum das Rad neu erfinden?

➤ **1000-fach bewährt, das zählt!**

Vertragsfallen? Unsere Expertise schützt Sie davor!

[t1p.de/tkf01](http://t1p.de/tkf01)

## 7. Lehrberuf Medienfachfrau/-mann

Ausbildung heute, Erfolg morgen! Fördern wir gemeinsam die nächste Generation in der Werbebranche:

➤ **Talente fördern, das zählt!**

Investieren wir gemeinsam in die Werbeheldinnen und -helden von morgen.

**LEHRE kompakt:** [t1p.de/7b94o](http://t1p.de/7b94o)

## 8. Events

Vernetzen, Wissen teilen und wachsen! Zusammen stark werden: mit den Angeboten der Fachgruppe Werbung, ob online oder vor Ort.

➤ **Vernetzung, die zählt!**

Erleben Sie mehr als nur Kontakte, bauen Sie echte Partnerschaften bei unseren Events auf.

**Termine:** [t1p.de/cqq1r](http://t1p.de/cqq1r)

## 9. Goldener Hahn

Exzellenz in der Werbung und Branchenkönnen sowie -können vor den Vorhang! Der niederösterreichische Landeswerbepreis, der Goldene Hahn, rückt herausragende Werbung ins Rampenlicht.

➤ **Werbeexzellenz, die zählt!**

Ihr Meisterwerk verdient Anerkennung

**[www.goldenerhahn.at](http://www.goldenerhahn.at)**

## 10. Direkter Draht

**Bezirksvertrauenspersonen:** Ihr direkter Draht zur Fachgruppe und regionale Unterstützung, die ankommt.

**Fachgruppen-Ausschuss:** Kreativbetriebe aus der Branche mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

➤ **Kontakte, die zählen!** Nah, direkt, effektiv – Fachgruppen-Ausschuss und Bezirksvertrauenspersonen.

**[www.werbemonitor.at](http://www.werbemonitor.at)**

# 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:

[t1p.de/jif3f](http://t1p.de/jif3f)



1.

### Kontakt mit der Fachgruppe aufnehmen

Dr. Clemens Griesenberger  
02742/851 19712  
[werbung@wknoe.at](mailto:werbung@wknoe.at)



2.

### Weitervermittlung an

Mag. Markus Mayer  
Mag. Philipp Zeidlinger  
02742/470 87  
[office@nmp.at](mailto:office@nmp.at)  
[www.nmp.at](http://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](http://www.werbemonitor.at)

**Druck:** Gedruckt nach den Richtlinien des Österr. Umweltzeichens bei der Druckerei Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG (UW-Nr. 779). [www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)

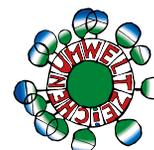
**Chefredaktion und Texte:** Sabine Wolfram  
[www.nw-partner.at](http://www.nw-partner.at)

**Lektorat/Korrektorat:** Mag. Marlene Zeintlinger  
[www.zeichensetzer.at](http://www.zeichensetzer.at)

**Gestaltung/Satz:** Robin Enzlmüller  
[www.remediadesign.at](http://www.remediadesign.at)

**Fotos:**  
Wie beim jeweiligen Foto angeführt.

[www.werbemonitor.at](http://www.werbemonitor.at)  
[www.goldenerhahn.at](http://www.goldenerhahn.at)



UW 779



NIEDERÖSTERREICHISCHER LANDESWERBEPREIS 2024

# VIELEN DANK



**AN ALLE SPONSORINNEN UND SPONSOREN  
SOWIE PARTNERINNEN UND PARTNER**



[WWW.GOLDENERHAHN.AT](http://WWW.GOLDENERHAHN.AT)