

# Werbe monitor

SONDEREDITION  
GOLDENER HAHN 2026  
GEWINNERINNEN  
UND GEWINNER



**FACHGRUPPEN-BÜRO:  
WIR UNTERSTÜTZEN  
UND BERATEN DICH!**

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

Fachgruppen-  
Büro

**DIREKTER DRAHT FÜR  
DEN PERSÖNLICHEN  
AUSTAUSCH**

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

**service.werbemonitor.at**

Fachgruppen-  
Ausschuss

Bezirksvertrauens-  
personen (BVP)

# Inhalt

- 03 Editorial
- 04 Goldener Hahn-Event
- 07 10 Services
- 08 Out of Home
- 10 Print
- 12 Digital
- 14 Bewegtbild
- 16 Event
- 18 POS | Messearchitektur
- 20 Verpackungsdesign
- 22 Grafikdesign
- 24 Eigenwerbung
- 26 Kampagne
- 28 Echtzeit-Community
- 30 Versicherungen, die helfen

Aus Platzgründen zeigen wir in jeder Kategorie, bei der Projektbeschreibung, 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: [www.goldenerhahn.at](http://www.goldenerhahn.at)

# Editorial

**Was ist kreative Leistung wert?** Diese Frage hat uns beim Goldenen Hahn 2026 von Anfang an begleitet. Jetzt, nach fast 200 Einreichungen, intensiven Juryrunden und einer großartigen Preisverleihung, ist für mich die Antwort klarer denn je: sehr viel.

Denn hinter jeder starken Arbeit stecken nicht nur eine gute Idee und kreative Geistesblitze. Es stehen Fachwissen, Erfahrung, Strategie, Handwerk und viele Entscheidungen dahinter. Und vor allem Menschen, die miteinander arbeiten, diskutieren, verwerfen, neu denken und so lange dranbleiben, bis aus einer Idee eine Lösung wird, die etwas bewirkt.

Genau dafür steht unser diesjähriges Motto ECHT.GOLD.WERT: für die echte Zusammenarbeit zwischen Kreativbetrieben und ihren Auftraggeberinnen und Auftraggebern. Für die Qualität, mit der Ideen entwickelt und umgesetzt werden. Und für den Wert, den professionelle Kommunikation für Marken, Unternehmen und unsere Wirtschaft schafft.

## Jury und Vorsitz

Diesen Anspruch wollten wir heuer auch in der Jurierung noch stärker sichtbar machen. Die „Road to Gold“ war deshalb ein intensiver Prozess. In den mehrwöchigen Onlinejury-Sitzungen wurde jede Arbeit von mehreren Jurymitgliedern einzeln bewertet, bevor die jeweils fünf Nominierten pro Kategorie feststanden. Beim Fachjurytag ging es dann noch einmal ins Detail. Unterschiedliche Perspektiven, intensive Diskussionen und ein genauer Blick auf Originalität, Markenpassung, handwerkliche Qualität und Wirkung bestimmten die Entscheidungen.

Mit Jason Romeyko hatten wir dabei einen Juryvorsitzenden an unserer Seite, der internationale Erfahrung und einen sehr klaren Anspruch mitbrachte: ohne Vorurteile an Arbeiten herangehen, genau hinschauen und Qualität unabhängig von Größe oder Budget erkennen. Denn eine starke Idee ist keine Frage der Unternehmensgröße. Schon eine Nominierung zeigt, dass eine Arbeit im direkten Vergleich mit den Besten der Branche überzeugt hat.

## Qualitätssiegel

Der Goldene Hahn soll genau das sein: mehr als ein Kreativwettbewerb. Er ist ein Qualitätssiegel für professionelle und wirkungsvolle Kommunikation und macht sichtbar, was unsere Branche leistet. Die diesjährigen Einreichungen haben eindrucksvoll gezeigt, wie viel Können, Vielfalt und kreative Kraft in Niederösterreich steckt.

Mein Dank gilt deshalb allen, die ihre Arbeiten eingereicht und sich diesem Vergleich gestellt haben, ebenso unserer Jury und allen, die die „Road to Gold“ begleitet haben. Mein Team und ich gratulieren den Gewinnerinnen und Gewinnern sehr herzlich. Genießen Sie diesen Erfolg, zeigen Sie ihn und erzählen Sie davon. Denn diese Auszeichnung ist im besten Sinne des Wortes: ECHT.GOLD.WERT.

Ihr  
Andreas Kirnberger



WKNÖ Werbung & Marktkommunikation



**Andreas Kirnberger**

Obmann der WKNÖ  
Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

*Kreative Leistung  
schafft Wert.  
Der Goldene Hahn  
macht ihn sichtbar.*

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

[t1p.de/3m697](https://www.linkedin.com/company/wkn%C3%B6)

[t1p.de/clv2y](https://www.instagram.com/wkn%C3%B6)

[t1p.de/r4wo7](https://www.facebook.com/wkn%C3%B6)

[t1p.de/2ze11](https://www.youtube.com/wkn%C3%B6)



Fotos Veranstaltung: Katharina Schiff

# Goldener Hahn 2026

## Ausgezeichnet und ECHT.GOLD.WERT

Die Stadthalle Ybbs, idyllisch am Donauufer gelegen, gab den eleganten Rahmen für den diesjährigen Landeswerbepreis. Hier kam „The Road to Gold – von der Idee zur Auszeichnung“ glänzend ans Ziel.

Am Start: Projekte, die kreativ überzeugten und nachhaltig Wirkung erzielten. Für Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger bringt das Motto ECHT.GOLD.WERT genau das auf den Punkt: echte Ideen, professionelle Leistung und die Wirkung, die kreative Leistung für Unternehmen und Wirtschaft entfaltet. Neu in diesem Jahr: Die Preisverleihung startete mit einem ex-

klusiven Round Table. Juryvorsitzender und international renommierter Creative Director Jason Romeyko brachte globale Entwicklungen der Kommunikation auf die Bühne – inklusive Denkanstöße für die heimische Branche. Danach übernahm Dirk Stermann. Trocken, pointiert und garantiert ohne klassischen Gala-Schmäh führte er durch den Abend. Auch abseits

der Bühne stimmte die Mischung: exzellente Kulinarik, gut gefüllte Gläser und jede Menge Gesprächsstoff. Denn beim Goldenen Hahn geht es nicht nur darum, wer am Ende eine Trophäe mit nach Hause nimmt. Es geht ums Wiedersehen, Kennenlernen, Austauschen, Vernetzen – und natürlich darum, gemeinsam zu feiern, was Niederösterreich kreativ draufhat.



1



2



3

“

*Es geht um echte Ideen, um professionelle kreative Leistung und um ihren Wert für Unternehmen und Wirtschaft.*



4

- 1: Volle Aufmerksamkeit beim Publikum, denn niemand wollte etwas verpassen
- 2: Jason Romeyko blickte bei seinem Impulsvortrag auf das, was ist und wo es in der Kommunikationsbranche als Nächstes hingehen kann
- 3: Fragerunde gemeinsam mit Jason Romeyko und Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger. Soweit alles geklärt
- 4: Großer Jubel auf der Bühne
- 5: Das Team hinter dem Goldenen Hahn!
- 6: So geht Netzwerken! Die Stadthalle Ybbs liegt direkt am Donauufer



5

6

5



Genuss gehörte  
an diesem Abend  
einfach dazu



Der Signature-  
Drink: Blau.Gold.  
Prost!



Naschen  
ausdrücklich  
erlaubt!



Ein Abend mit  
guter Stim-  
mung, vielen  
Gästen und  
anregenden  
Gesprächen,  
ideal zum Netz-  
werken



### **i Bildergalerien, Infos und Videos**

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

Ein Interview mit Unterhaltungswert: Moderator Dirk Stermann mit Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger und Fachgruppenobmann-Stv. und Projektleiter Wolfgang Kessler





# 10 SERVICES

WENIGER SUCHEN, MEHR NUTZEN!



service.werbemonitor.at



werbe  
monitor



Kategorie

# Out of Home

**Hofer Media GmbH & Co KG**

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



**Kunde:** Gartenbauschule Langenlois



**Kathrin Hofer, Head of Creative Hofer Media GmbH & Co KG:** „Ein wichtiges Zukunftsthema, kreative Arbeit und handwerkliche Präzision greifen bei unserem Projekt ineinander – genau das macht es Echt.Gold.Wert. Der Goldene Hahn motiviert unser Team und spornt uns zu Neuem an.“



**Dipl.-Päd. DI Andreas Kovac, Direktor Gartenbauschule Langenlois:**

„Der ‚Unsichtbare Garten‘ gibt den versteckten Helden der Natur eine Bühne. Das ist Gold wert! Und der Goldene Hahn schreit nach kreativer Leistung, die hier meisterhaft sichtbar gemacht wurde.“



### Der „Unsichtbare Garten“ und die Schwammstadt

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

# Kategorie Print

## message Marketing- & Communications GmbH

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



**Kunde:** Stadtmarketing Korneuburg

*Mag. Karl Hintermeier, CEO message Marketing- & Communications GmbH: „Unsere Printserie für die Shopping-Events macht Lust, Korneuburg als Einkaufsstadt zu entdecken und gibt jedem Event dabei eine eigene Identität. Für uns ist das Projekt ECHT.GOLD.WERT, da es eine wundervolle Bestätigung unserer kreativen Arbeit ist, die wir jeden Tag mit Leidenschaft machen.“*

*Daniel Schenter, BA, Stv. Leitung Öffentlichkeitsarbeit & Stadtmarketing, Stadtmarketing Korneuburg: „ECHT.GOLD.WERT ist für uns eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe, aus der kreative Ideen mit echtem Bezug zu Korneuburg entstehen. message hat unsere Vorstellungen mit Gefühl für unsere Stadt umgesetzt. Der Goldene Hahn macht uns stolz und bestätigt, was wir gemeinsam erreicht haben.“*



### Korneuburg Shopping-Events: Eine Stadt. Acht Erlebnisse.

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

# Kategorie Digital

## Q2E GmbH Online-Agentur

[www.q2e.at](http://www.q2e.at)



**Kunde:** New Design University Privatuniversität GesmbH

*Josef „Joe“ Hörersdorfer, Managing Partner, Q2E GmbH Online-Agentur: „Die Zusammenarbeit zwischen dem Team Q2E und NDU sowie den Studierenden war richtig ‚on fire‘. Genau diese Energie mit der aktuellen und nächsten Generation Kreativer macht das Projekt ECHT.GOLD.WERT.“*

*Mag. Ursula Schäfer-Skoda, Leitung Marketing & Kommunikation New Design University: „Studierende in Innovations- und Gestaltungsprojekte einzubeziehen, ist ein Kernprinzip der NDU. Mit unseren Future Labs setzen wir das seit Jahren erfolgreich gemeinsam mit Unternehmen um.“*



## Wenn Studierende ihre Uni gestalten

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

# Kategorie Bewegtbild

**Neulicht Film**

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



**Kunde: CLAW – Initiative für Klimarecht**

*Alexander Dorten, CEO & Director Neulicht Film: „Wir lieben den Goldenen Hahn. Und es stimmt nicht, was man so hört: Ein Stall verträgt durchaus mehr als einen Hahn. Wir haben schon drei und sie verstehen sich prächtig!“*

*Mag. (FH) Simon Schupp, Obmann CLAW – Initiative für Klimarecht: „Klimarecht ist komplex – Neulicht Film hat daraus Bilder gemacht, die berühren und verständlich sind. Genau das braucht unsere Arbeit: Menschen erreichen, die nie über Klimaklagen nachdenken würden.“*



### **Kipppunkte – Bevor die Schieflage normal wird**

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

# Kategorie Event

**clicksgeföhle GmbH & Co KG**

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



**Kunde:** Bundesministerium für Landesverteidigung

*Andreas Wenth, Geschäftsführer #clicksgeföhle: „Strategie und Technologie aus einer Hand: Wir haben das Sicherheitsversprechen des Heeres am Heldenplatz digital erlebbar gemacht und 7000 junge Österreicherinnen und Österreicher haben mitgemacht.“*

*Bundesministerin Klaudia Tanner, Bundesministerium für Landesverteidigung: „Tradition und digitale Innovation schließen einander nicht aus. Am Heldenplatz haben wir das gemeinsam bewiesen – und dem Bundesheer als Arbeitgeber ein neues Gesicht gegeben.“*



## Leistungsschau 2025

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



Kategorie

# POS | Messearchitektur

**basically us Kreativ Kollektiv OG**

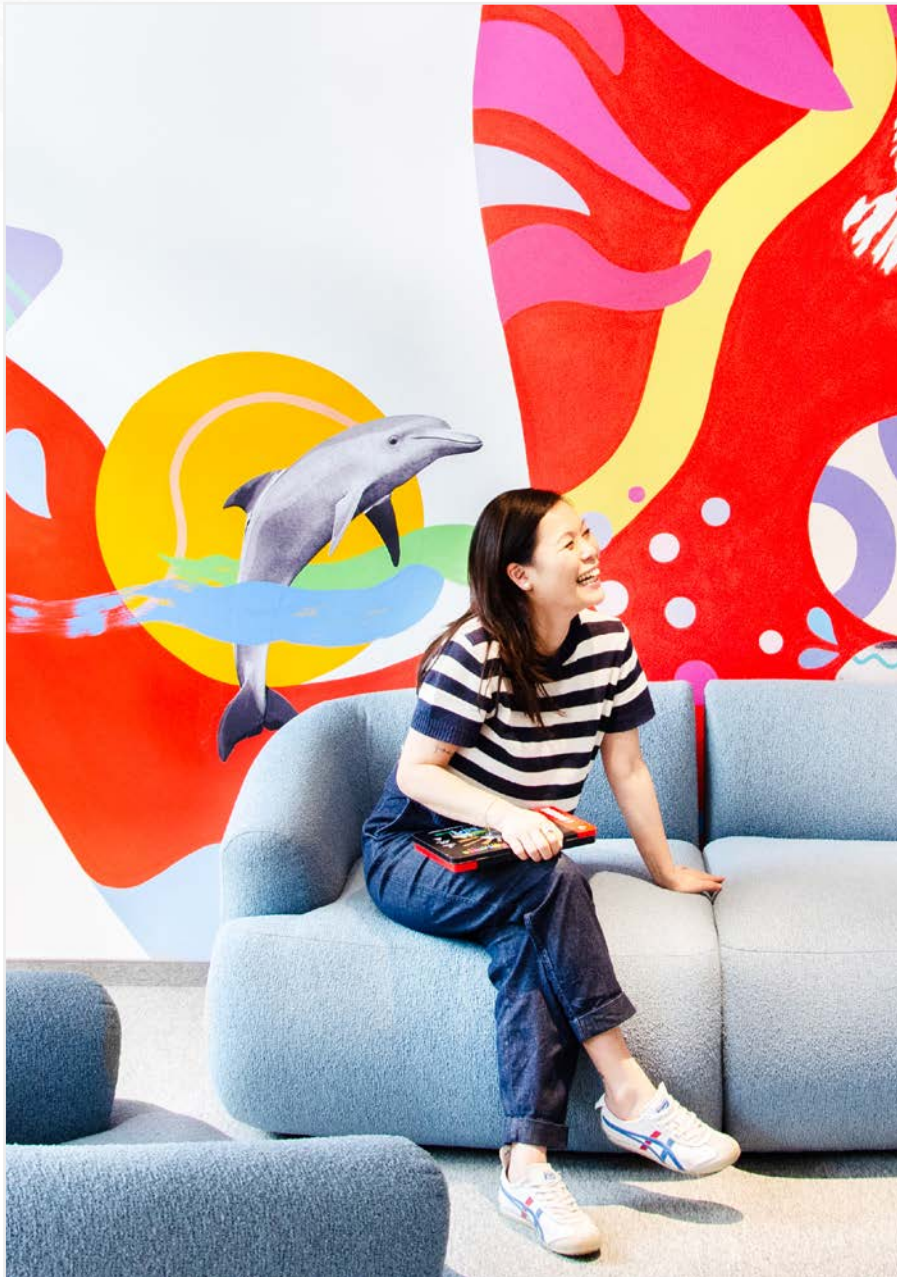
[www.basically-us.at](http://www.basically-us.at)



**Kunde: Kores GmbH**

*Magdalena Wihsböck und Pia Glasl-Spenling, basically us Kreativ Kollektiv OG: „Ein Raum, der Showroom, Empfang, Wartezone und Begegnungsort zugleich ist. Für uns ECHT.GOLD.WERT, weil unsere kreative Arbeit hier über klassische Gestaltung hinausgeht und den Raum selbst erobert.“*

*Clemens Koreska, CEO Kores GmbH: „Magdalena und Pia verstehen unsere Corporate Identity und schaffen es wie niemand sonst, sie in jedem Projekt aufs Neue kreativ zum Leben zu erwecken – das macht die Zusammenarbeit für uns ECHT.GOLD.WERT.“*



### Showroom mit Mural-Wandgestaltung

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



Kategorie

# Verpackungsdesign

**attack werbeagentur**

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



**Kunde:** myProduct GmbH

**Max Mayerhofer, Inhaber attack Werbeagentur:** „Manchmal braucht es für echte KLARHEIT ein bisschen Chaos. Genau daraus ist diese Verpackung entstanden. Der Goldene Hahn zeigt uns: Schräge Ideen sind immer ein Gewinn und mit einer coolen Gala im mehrfachen Sinn. Danke.“

**Rainer Neuwirth, MA, Geschäftsführer myProduct.at:** „KLARHEIT steht für Vodka mit Identität und Charakter. Das sollte sich auch in der Verpackung widerspiegeln. Die Idee war, mit Gegensätzen zu spielen: außen klar und reduziert, innen bewusst überraschend und ein wenig crazy. Typisch attack.“



### Klarheit Packaging

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

# Kategorie Grafikdesign

**Oya**

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



**Kunde:** Raumausstattung Pichler

**Mick Gapp, BA, Art Direction Oya:** „Gutes Design beginnt für uns dort, wo man Handwerk ernst nimmt, und endet dort, wo Menschen es gerne anschauen, verstehen und sich damit identifizieren. Der Goldene Hahn würdigt diese Verbindung.“

**Nikolai Pichler, Raumausstattung Pichler:** „Pichler steht für Räume, die Rückzugsorte werden, für Materialien, die standhalten, und für ein Handwerk, das man spürt, bevor man es sieht. Oya hat diese Haltung in eine Marke übersetzt.“



**Pichler – Was bleibt, wird schöner.**

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



Kategorie

# Eigenwerbung

**Atelier Baldrian & Hackel OG**

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



*Brigitte Baldrian, Geschäftsführung Atelier Baldrian & Hackel OG: „Für unser Design haben wir auf handgemalte Tuscheillustrationen, einen eigens angefertigten Siegelstempel, haptisch hochwertiges Graspapier und eine regionale Wildblumenmischung gesetzt. Dinge, die man sieht, fühlt und mit der Hand macht. Der Goldene Hahn ist für uns eine große Wertschätzung dieser analogen Gestaltung. Es ist eine selbstbewusste und zugleich leidenschaftliche Antwort auf schnelle, teils seelenlose Prompts. Die Auszeichnung ist für uns ein starkes Zeichen für die Zukunft unseres Handwerks.“*



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

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

# Kategorie Kampagne

**FALKEmedia GmbH**

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



**Kunde:** Raiffeisenbank Ybbstal eGen

*Thomas Wagner, Geschäftsführer FALKEmedia GmbH: „Dieses Projekt ist auf so vielen Ebenen besonders und löst daher bei allen ein ‚Wow‘ aus. Unser erster Goldener Hahn zeigt uns, welche großartigen Ideen in unserem Team stecken.“*

*Dir. Georg Berger, Geschäftsleiter Raiffeisenbank Ybbstal: „Als Genossenschaftsbank stehen wir seit Generationen für nachhaltiges Wirtschaften. Mit diesem Projekt verbinden wir wirtschaftliche und soziale Aspekte. Danke an FALKEmedia für die tolle Zusammenarbeit.“*



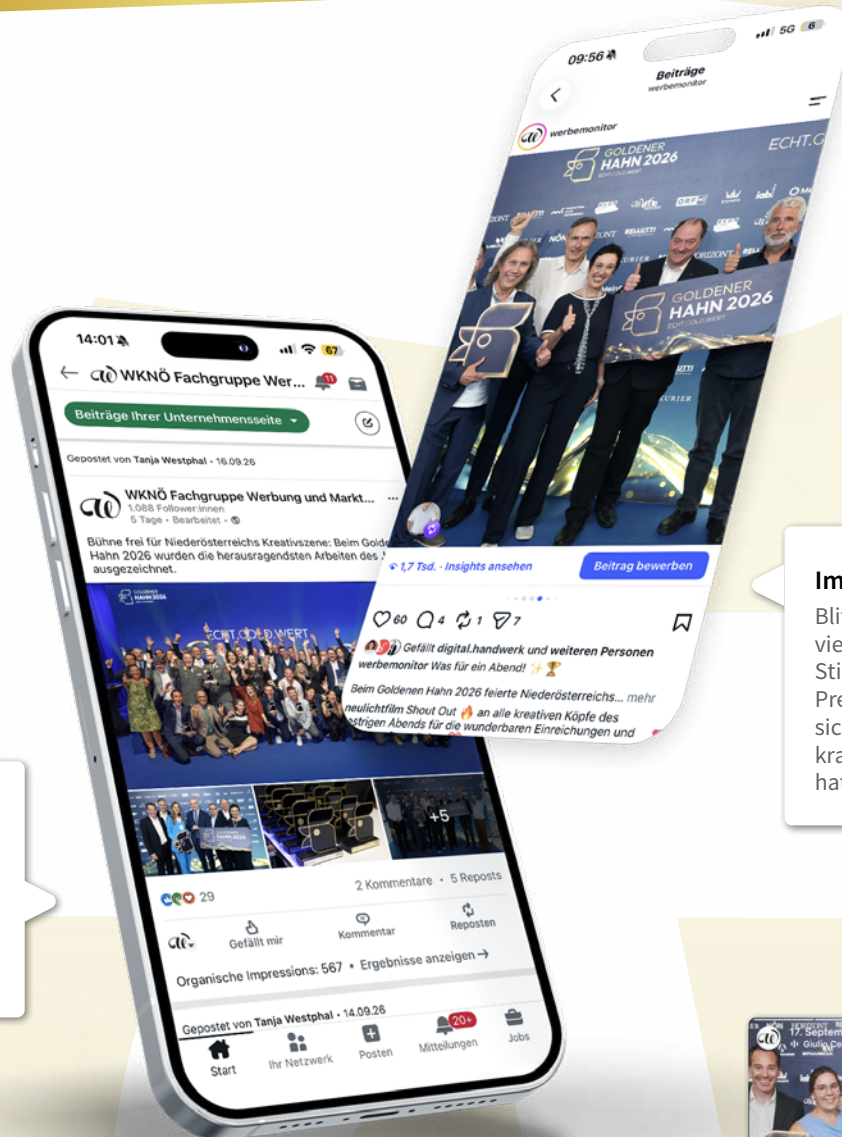
### RAIF for second life

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

# Werbemonitor

Echtzeit-Community

Deine Plattform  
auf den  
Plattformen



## Gold verdient

Applaus für starke Ideen, kreative Qualität und alle, die beim Goldenen Hahn 2026 ausgezeichnet wurden.

## Im Rampenlicht

Blitzlicht, Interviews und beste Stimmung: Auch im PresserCorner zeigte sich, wie viel Strahlkraft dieser Abend hatte.

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

Jetzt folgen auf



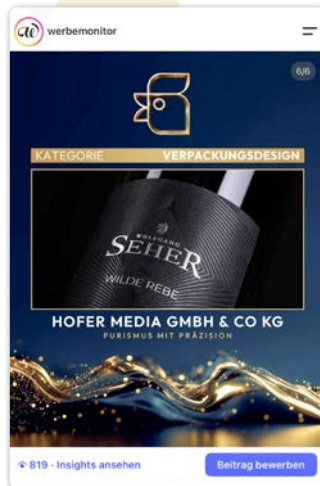
podcast.werbemonitor.at



## Alle dürfen glänzen

Auch alle Nominierten erhielten eine Trophäe und Urkunde. Denn wer es ins Finale schafft, hat schon allen Grund zu feiern.





### Finale erreicht!

Schon die Nominierung ist eine Auszeichnung: Wir haben die großartigen Arbeiten und ihre kreativen Köpfe auf unseren Kanälen vor den Vorhang geholt.



### Live dabei

Jubelmomente direkt aus der Stadthalle: In unseren Stories konnte die Community den Goldenen Hahn hautnah miterleben.



### Alles gelungen!

Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger und seine beiden Stellvertreter Wolfgang Kessler und Timm Uthe nach einem rundum gelungenen Goldenen Hahn.

### Großer Jubel

Jubel, Applaus und große Emotionen: Die Gewinnerinnen und Gewinner feierten ihren Goldenen Hahn 2026.



## Berufshaftpflichtversicherung um jährlich 22,20 Euro

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

Mehr Infos: [tip.de/likuy](http://tip.de/likuy)

## Cyberversicherung um jährlich 22,20 Euro

- Datenschutzverletzung
- Datenvertraulichkeitsverletzung
- Netzwerksicherheitsverletzungen
- Ausgegliederte Datenverarbeitung
- Versicherungsschutz für Eigenschäden
- Versicherungsschutz für weitere Aufwände

Mehr Infos: [tip.de/szwek](http://tip.de/szwek)



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

### JETZT VERSICHERN!

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

Weitere Informationen bei Sandra Wandrasch  
M.B.P. Versicherungsmakler GmbH  
02635/61001-31  
[s.wandrasch@mbp.at](mailto:s.wandrasch@mbp.at)  
[www.mbp.at/gruppentarife](http://www.mbp.at/gruppentarife)



MASSGESCHNEIDERTE  
VERSICHERUNGS-  
LÖSUNGEN

# VERSTÄRKTE UNTERSTÜTZUNG VON JURISTEN

## 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

## Rechtliche Vertretung bei betrieblichen Anlassfällen

- arbeitsrechtliche Themen mit Mitarbeiterinnen und 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



**ERWEITERTE RECHTS-  
BERATUNG UND  
-VERTRETUNG**



**Kontakt mit der  
Fachgruppe aufnehmen**  
Dr. Clemens Griesenberger  
02742/851 19712  
werbung@wknnoe.at



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



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)

## 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:** Bösmüller Print Management GesmbH &  
Co. KG, [www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)

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

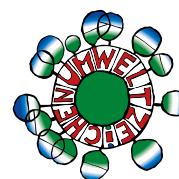
**Lektorat/Korrektorat:** Mag. Marlene Zeintlinger  
[www.zeichensetzer.at](http://www.zeichensetzer.at)

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

### Fotos:

- Titelseite: VANGARDIST MEDIA GMBH
- Foto Fachgruppenobmann Andreas Kirnberger:  
Christian Mikes
- Wie beim jeweiligen Foto angeführt
- Projektfotos: jeweils von der einreichenden  
Agentur bereitgestellt
- Fotos Gewinnerinnen und Gewinner:  
Katharina Schiffl

**WKO**  
WKNÖ Werbung &  
Marktkommunikation



UW 779

Goldener Hahn 2026

# VIELEN DANK



an alle Sponsorinnen und Sponsoren  
sowie Partnerinnen und Partner



KURIER NÖN HORIZONT

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