

8. Juni 2016

LH Pröll bei der Verleihung des Landeswerbepreises „Goldener Hahn“ „Authentische Werbung hat auch längerfristig Erfolg“

In insgesamt 13 Kategorien wurde gestern, Dienstag, der Niederösterreichische Landeswerbepreis „Goldener Hahn“ verliehen. Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll konnte im Zuge der Gala im Casino Baden die Trophäen an die Gewinnerinnen und Gewinner des diesjährigen Werbepreises überreichen.

„Ehrlich währt am längsten“, zitierte der Landeshauptmann im Gespräch mit dem Moderator des Abends, Alex Kristan, ein altes Sprichwort. „Bodenständige, authentische Werbung hat auch mittel- und längerfristig Erfolg“, zeigte sich Landeshauptmann Pröll überzeugt.

Die Kreativwirtschaft sei „ein ungeheurer Wirtschaftsfaktor und Jobmotor“, betonte die Präsidentin der Wirtschaftskammer Niederösterreich, BR KR Sonja Zwazl. Bürgermeister KR Kurt Staska hieß die Gäste der Gala in der Kurstadt Baden willkommen, Dkfm. Günther Hofer, der Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Niederösterreich, verwies in seiner Stellungnahme auf das wichtige Thema der Digitalisierung.

Der „Goldene Hahn“ in der Kategorie Außenwerbung wurde an die Cayenne Marketingagentur für ihre Arbeit für die BSH Hausgeräte Gesellschaft vergeben. Den Landeswerbepreis für die beste Anzeige erhielt ebenfalls die Cayenne Marketingagentur für die Sanova Pharma GesmbH. Bei den Broschüren und Foldern war das Grafikatelier Helmut Kindlinger (Bauatelier Schmelz/Salomon) siegreich. Den Preis in der Kategorie Website/Online-Marketing gewann MBIT Solutions GmbH für ihre Tätigkeit für das Technische Museum Wien. Der beste Hörfunk-Spot kam von der ghost.company Werbeagentur Michael Mehler (Husqvarna Austria). Die Kategorie Film/Animation gewann Trust Projects/Lukas Films für ihre Arbeit für die Firma Gartenbau Nentwich. Beim Dialog-Marketing trug die agentur werbereich gmbh für T-Systems Austria GesmbH den Sieg davon. Im Bereich Public Relations waren Jeitler & Parnter GmbH für das Stadtmarketing Baden erfolgreich. Die Kategorie Messe/Event/Promotion gewann die Kreativagentur theform für „Unser Stephansdom - Verein zur Erhaltung des Stephansdoms“. Den „Goldenen Hahn“ für das beste Verpackungsdesign erhielt die Marzek Etiketten GmbH für das Rotweingut Maria Kerschbaum. Den Landeswerbepreis für die beste Eigenwerbung bekam die Artattack Werbeagentur überreicht. Die beste Kampagne kam von heindldesign für die Fonatsch GmbH.