

Goldener Hahn 2021 vergeben

43. Niederösterreichischer Landeswerbepreis GOLDENER HAHN 2021 goes digital unter dem Motto „Erfolgsfaktor Kreativität“

16.06.2021, 13:02



© LEADERSNET/MIKES

Das Team der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation WKNÖ mit den Siegern des Goldenen Hahn 2021: V.l.: Andreas Roffeis (Juryleitung Goldener Hahn), Sabine Wolfram (CR werbemonitor.at), Herbert Sojak (Jurymitglied), Wolfgang Kessler (Organisation Goldener Hahn), Clemens Griebenberger (GF FG Werbung & Marktkommunikation), Andreas Kirnberger (Obmann FG Werbung & Marktkommunikation).

Der 43. Niederösterreichische Landeswerbepreis, der bis dato immer im Rahmen einer großen Abendgala vergeben wurde, wird erstmals virtuell durchgeführt.

Aufgrund der pandemiebedingten Gegebenheiten war das im letzten Jahr leider nicht möglich und so musste sich die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation unter der Führung des neuen Obmanns Andreas Kirnbauer der Herausforderung stellen, wie man die Leistungen der niederösterreichischen Werber trotzdem honorieren und auszeichnen konnte. Die WKNÖ-Fachgruppe hat sich der Herausforderung gestellt und einen völlig neuen, digitalen Weg, getreu dem Motto „Erfolg durch Kreativität“, eingeschlagen.

Jurierung erfolgte erstmals nur digital!

Bereits die Jurysitzung im April 2021 wurde komplett digital durchgeführt und mittels neu aufgesetztem Voting- und Ablauf-Tool abgehalten. Die Qualität der Jurierung hat in keinsten Weise unter der physischen Distanz gelitten und so konnte aus der wie üblich großen Anzahl von Einreichungen die fünf Besten in 13 Kategorien ermittelt werden.

Der „Goldene Hahn“ goes digital!

Die Verleihung an die Gewinner des niederösterreichischen Landeswerbepräses, der unter dem Motto „Erfolgsfaktor Kreativität“ stand, ging ebenfalls in Form eines digitalen Events über die Bühne. Die Gewinner wurden live zugeschaltet und Vertreter der Presse sowie interessierte Zuseherinnen und Zuseher hatten die Möglichkeit, mittels Live-Stream aus erster Hand zu erfahren, wer die begehrte Trophäe, einen „Goldenen Hahn“ erhalten hat. Dieser Event, bei dem die Arbeiten prämiert und die Sieger ins Zentrum gerückt wurden, ist Basis für einen Film.

Präsident Wolfgang Ecker in seiner Videobotschaft: „Ich bedanke mich bei den niederösterreichischen Werbern für das gemeinsame Durchhalten und bin sehr zuversichtlich, dass wir sehr bald wieder durchstarten werden.“



© LEADERS NET/MIKES

Wolfgang Ecker, Präsident Wirtschaftskammer NÖ (li.) und Andreas Kirnberger, Obmann Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation WKNÖ

Viele Betriebe haben die Zeit genutzt, um sich digital noch fitter zu machen und so können sie jetzt gestärkt auf den Markt zurückkehren. Dass die niederösterreichischen Werbeagenturen das können, beweisen unter anderem die 12 Gewinner des NÖ- Landeswerbepräses „Goldener Hahn 2021“. Dieser Preis soll ihnen Mut zum Geschäftemachen geben, sie stolz machen und ihnen viele Neukunden bringen.“

Andreas Kirnberger, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zeigte sich stolz über die Kreativität der niederösterreichischen Werber: „Kreativität ist der Erfolgsfaktor, um die Krise schneller hinter sich zu lassen. Wir zeigen, wie die niederösterreichischen Kreativbetriebe das Angebot ihrer Auftraggeber besser vermarkten. Sie bieten in jedem Fall regionale Wertschöpfung mit internationaler Qualität auf höchstem fachlichen Niveau“.

„Der „Goldene Hahn“ ist uns sehr wichtig, daher haben wir uns in diesem Jahr etwas völlig Neues überlegt. Es ist ein „back to the roots“ oder besser gesagt, ein „reduce to the max“. Wir sehen, Kreativität ist der Joker in der Krise, und das zeigen die niederösterreichischen Agenturen mit ihren Arbeiten. Es ist uns ein Anliegen, dass diese Kreativität in Form dieser Verleihung und des Filmes, der daraus entstehen, ins Land hinausgetragen wird“, so der Projektkoordinator des „Goldenen Hahn“, Wolfgang Kessler.

Der Auswahlprozess durch die hochkarätige Fachjury, fand die letzten Jahre immer „analog“ statt. Dieses Jahr stand man vor der Herausforderung, diesen „analogen“ Spirit nicht zu verlieren, aber trotzdem den strengen Qualitätsstandards zu entsprechen. Der Juryleiter Andreas Roffeis dazu: „Wir haben die Herausforderung angenommen, den Jurierungsprozess neu zu denken und erstmals vollkommen digital abzuwickeln. Mit einem Lachen geht alles leichter – das gilt sowohl off- wie online“.

Sehr erfreut zeigte sich auch das langjährige Jurymitglied Herbert Sojak von der HC Marketing Group über die gewohnt hohe Qualität der eingereichten Projekte: „Die Arbeiten zeigen enorme Kreativität und es war nicht immer leicht, eine Entscheidung zu treffen. Aber wie Albert Einstein schon sagte: Kreativität ist die Intelligenz, die Spaß hat!“

Das könnte Sie auch interessieren



Ausgezeichnete Finanzprofis an der HAK Stockerau

Zusatzqualifikation „FiRI“ für fünf Stockerauer HAK-SchülerInnen [➤ mehr](#)



Gut versorgt und mit Sicherheit - Der Lkw bringt's - Workshops an niederösterreichischen Schulen

Dass der Lkw unerlässlich ist, davon geht jeder aus. Warum das aber so ist, wissen Kinder eher selten. Wie etwa, dass neun von zehn Lebensmitteln mit dem Lkw gebracht werden, oder dass besonders die Lkw sehr strengen Abgas-Vorschriften unterliegen. Dieses Wissen wird NÖ Schülerinnen und Schülern altersgerecht in speziellen Workshops nähergebracht. Gemeinsam mit einem Unternehmen der Region werden dabei die Fakten zum Thema Lkw erarbeitet. Neben dem Schwerpunkt „Sicherheit“ erfahren die Schülerinnen und Schüler auch, wie ihr Spielzeug oder die Milch fürs Müsli in den örtlichen Shop kommen. [➤ mehr](#)



Weniger Bürokratie für mehr Versorgungssicherheit

Stufenverantwortung versus Kettenverantwortung. [➤ mehr](#)