



Wien, am 18.6.2024

Der Staatspreis Marketing 2024 geht an woom GmbH für das Projekt „Strukturierung und Positionierung der Dachmarke woom“

Woom GmbH konnte sich gegen rund 160 Einreichungen durchsetzen!

Das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft hat am Montagabend im Rahmen des „Tag des Marketing 2024“ in der ARIANA-Eventlocation den Staatspreis Marketing 2024 an woom GmbH verliehen. Das Sieger-Projekt „How to build a global brand: Strukturierung und Positionierung der Dachmarke woom“ konnte sich gegen rund 160 Mitbewerber durchsetzen und wurde gebührend von mehr als 700 Gästen aus der Marketingbranche gefeiert.

„Die Berücksichtigung aktueller Trends kann bei Marketing-Konzepten für die Wettbewerbsfähigkeit eines Betriebes ganz entscheidend sein. Mit dem Staatspreis Marketing prämiieren wir innovative, strategische und nachhaltige Marketing-Konzepte, die durch Qualität, betriebswirtschaftliche Relevanz und Innovationsgrad in der Praxis erfolgreich umgesetzt wurden“, erklärte Jurypräsident Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht.

Die Kategorie Sieger des Staatspreis Marketing 2024

Neben dem Staatspreisträger, aus der Kategorie **Retailing**, wurden die Sieger in fünf anderen Kategorien als „nominiert für den Staatspreis Marketing 2024“ ausgezeichnet:

Kategorie Private Services: „Alles für Dein Glück – Fun & Friends“, Casinos Austria AG/Serviceplan Group Austria GmbH & Co KG.

Mit einer innovativen Kampagne und den maßgeschneiderten Fun & Friends Packages wurde ein Casino-Erlebnis geschaffen, das begeistert und als unvergleichliche Alternative zu digitalen Freizeitwelten hervorsteht.

Kategorie Manufacturing Industry: „Markteinführung des Frauscher x Porsche 850 Fantom Air“, Frauscher Bootswerft GmbH & Co KG.

Frauscher - in seiner für ein Binnenland untypischen Branche entwickelt Produkt und Antrieb mit einem Weltmarktführer der Automobilbranche - Porsche. Das Ergebnis ist ein wegweisendes Imageprodukt samt professioneller Vermarktung, welches das Wort Synergie auf den Punkt bringt.

Kategorie Digital Business: „VAMED Vitality Club-App – Österreichs erster digitaler Thermen-Kundenclub“, VAMED Vitality World/hello again GmbH, SPREITZERDREI werbeagentur gmbH, Digitalwerk GmbH.

Wie man so ein langjähriges Kundenbindungsprogramm kräftig, nachhaltig und erfolgreich einem Update unterzieht, zeigt diese Einreichung. Österreichs einziger resortübergreifender Thermen-Kundenclub wurde aufgefrischt und ausgebaut. Mit Online-Marketing wurde das Handling für alle Club-Mitglieder einfacher gemacht und der „VAMED VitalityClub“ zugleich höher positioniert.

Kategorie Employer Branding: „OBI Takeover: Orange is the new black“, OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH.

Das nominierte Unternehmen zeigt, wie mutige und kreative Ansätze nachhaltige Erfolge erzielen können. So steht es auch als Marktführer in der österreichischen Baumarktbranche im



Wettbewerb um die besten Lehrlinge. Vertrauen und Authentizität prägen die integrierte Kampagne, die nicht nur für, sondern vielmehr mit Lehrlingen die interne und externe Kommunikation auf ein neues Niveau hebt.

Kategorie Public Services & NPO: „So teuer ist es, arm zu sein“, Samariterbund Wien / Demner, Merlicek & Bergmann/DMB.

Was es für Menschen bedeutet, arm zu sein, also wenn Dinge des täglichen Bedarfs zu Luxusartikeln werden, wurde in der Kampagne „So teuer ist es, arm zu sein“, des Samariterbundes Wien, in beeindruckender Art und Weise gezeigt.

Sieger der Sonderpreise

Neben dem Staatspreis und den Nominierungen wurden von der Jury heuer wieder drei Sonderpreise für besondere Marketingkonzepte vergeben:

Sonderpreis Young Business für „NEOH – Das neue Naschen“: Mit der eingereichten Kampagne hat NEOH sowohl mit Verkaufserfolgen als auch mit einer erfrischend mutigen Umsetzung reüssiert. Ganz NEOH: Voll enjoyen, nichts bereuen - NEOH by Alpha Republic GmbH/Demner Merlicek & Bergmann/DMB. Überreicht wurde die Auszeichnung von Christoph Berndl, Geschäftsführer Awardix

Sonderpreis Live Marketing für „Puntigamer Brauerei- & Biererlebnisprogramm“: Hier vernetzt sich eine Brauerei mit der lokalen Gastronomie, Hotellerie, Tourismus, Handel, Dienstleister und Freizeit. Man bekennt sich damit zum Wirtschaftsstandort und unterstreicht damit auch den hohen Stellenwert, den diese Community für die Marke hat - Brau Union Österreich AG, Brauerei Puntigam / Agentur Leingruber. Überreicht wurde die Auszeichnung von Gertraud Schmidt, Obfrau der Freizeit- und Sportbetriebe Wirtschaftskammer Wien

Sonderpreis Sustainability für „WIR für greencare - Wo Menschen aufblühen, hat die Landwirtschaft eine Zukunft“: Das Projekt zielt darauf ab, Bauernhöfen durch soziale Leistungen ein zweites Standbein zu ermöglichen und dadurch sowohl Wertschöpfung in den Regionen als auch Integration zu fördern - Green Care Entwicklungs- und Beratungs GmbH / DDB Wien und ppmnext Film GmbH. Überreicht wurde die Auszeichnung von Jürgen Bauer, Obmann der Fachgruppe Werbung – und Marktkommunikation, Wirtschaftskammer Wien

Die heimische Wirtschaft auf der Bühne der Marketing-Gala:

Während des Marketing-Galaabends wurde hochkarätiges Programm geboten. Die **Keynote** zum Thema „Wie die Tech Giganten die Demokratie gefährden“ hielt der Digitalisierungsexperte und Buchautor des Bestsellers „Big Tech muss weg“, **Martin Andree**.

Im Anschluss daran diskutierten darüber, moderiert von Paul Leitenmüller (CEO, Opinion Leaders Network), Jochen Schneeberger (Head of Digital Advertising, will haben), Ulrike Glatt, Marketing Director Henkel CEE, und Susanne Koll, CEO Hearts & Science Austria GmbH) gemeinsam mit dem Keynote-Speaker.

Ob und was den gewünschten Marketingerfolg für die Zukunft unter Nutzung von Digitalisierungsmaßnahmen und KI bringt, darüber sprachen Wilfried Drexler, UBIT/WKO, Christoph



Schuh, Head of Corporate Communication & Reputation Management, Austrian Power Grid (APG) sowie Karina Schunker und Franz Pörtl, beide Geschäftsführer von EHL Immobilien beim anschließenden Expertentalk. Durch den Abend führte Norbert Oberhauser.

Tag des Marketings 2024 – Die Fachkonferenz

Die Verleihung des Staatspreises fand im Rahmen des „Tag des Marketing 2024“ statt, welcher heuer unter dem Motto „The new world of Marketing – Der Einfluss von KI und Digitalisierung“ stand.

Auf 2 Floors widmeten sich mehr als 30 Speakern den Fragen zu relevanten Herausforderungen für Marketingentscheider in den nächsten Jahren. Die Schwerpunktthemen: fortschreitende Personalisierung, weitreichende Änderungen durch KI-Anwendungen und neue Kommunikationsmöglichkeiten mit z.B. Retail Media – aber auch die zunehmende Skepsis gegenüber der ausufernden Macht der Tech-Giganten.

Zu den Themenblöcken „The new World of Martech“ und „The new World of Media“ sowie in der KI-Workshop-Lounge vom Marketing Club Österreich (MCÖ) gab es interessante und fundierte Impulsreferate und Diskussionen unter anderem mit UnternehmensvertreterInnen der Post, Dentsu, BILLA, Monitorwerbung, RMS, Offerista, Fronius, SAS uvm.

„Die Fachkonferenz war ein voller Erfolg. Marketingspezialisten und Experten gaben Einblicke in ihre erfolgreichen Marketingkampagnen und zeigten Lösungswege für ihr tägliches Arbeiten. Es wurden Fragen zum digitalen Wandel behandelt, der Gamechanger GenAI und dessen Möglichkeiten, aber auch Grenzen aufgezeigt, bzw. Innovationen im Retail-Media Bereich präsentiert“, zeigte sich der Präsident des ÖMC, Georg Wiedenhofer, zufrieden. Mitorganisator Niko Pabst ergänzt weiter „mittlerweile hat sich der Tag des Marketing als Fachkonferenzformat etabliert, was den regen Zustrom bereits ab Mittag zeigte, ein großer Dank dafür gebührt auch dem Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, die der Veranstaltung mit der Verleihung des Staatspreis am Abend die Krönung aufsetzt“.

Über den Staatspreis Marketing

Der vom Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft verliehene Preis und von der Austrian Marketing Confederation (AMC), der Dachorganisation aller Marketing Clubs in Österreich, organisierten Veranstaltung wird seit 1999 und heuer bereits zum 16. Mal vergeben. Beinahe 160 Einreichungen beweisen die Relevanz des Staatspreises in der Marketing-Branche Österreichs.

Dieser Staatspreis zeichnet herausragende Marketingleistungen aus, die national, international oder global angelegt sind, aber einen starken Bezug zum Standort Österreich haben, und in ihrem wirtschaftlichen Impact nachvollziehbar sind. Der Staatspreis soll mit einem Fokus auf die Nachhaltigkeit der Marketingstrategie und Wertorientierung eine "Gütesiegel-Funktion" haben. Teilnehmen können alle österreichischen Unternehmen unabhängig von Größe, Branche oder Budgethöhe. Voraussetzung ist eine Marketingleistung, die einen markanten Unternehmenserfolg ausgelöst hat.

Die Fotos von der Verleihungsveranstaltung finden Sie unter:

[Marketing-Gala & Verleihung Staatspreis Marketing](#) – credit: Mikes

[Fachkonferenz Tag des Marketing „The new World of Marketing“](#) – credit: Mikes

[Preisträger, Impressionen – Staatspreis Marketing](#) – credit: BMAW



Foto 1: Die Sieger des Staatspreis Marketing 2024 – Woom GmbH
v.l.n.r.: Bernhard Schmidt, Geschäftsführer, Sig Ganhör, Ralph Lemoch-Zizka, Christina Pallanch,
Nicole Lunzer, Belinda Ableitinger, Marlene Fussi / credit: Leadersnet/Mikes

Foto 2: Partnertalk und Scheckübergabe im Rahmen des Staatspreis Marketing
v.l.n.r.: Franz Pörtl, GF EHL Immobilien, Karina Schunker, GF EHL Immobilien, Christoph Schuh,
Unternehmenssprecher Austrian Power Grid (APG), Gewinnerin des UBIT-Lehrganges, Wilfried Drexler,
Berufsgruppensprecher WKO UBIT Franz Schöpf, Leitung Vertrieb, Post AG /Credit: BMWA

Foto 3: Günther Wiedenhofer, Präsident AMC Österreich, Niko Pabst, Leitung Staatspreise

Rückfragen:

Mag. (FH) Niko Pabst, E-Mail: niko.pabst@marketingclub.at, Tel: 0699/1 977 07 07

Isabella Krumhuber, E-Mail: veranstaltung@staatspreis-marketing.at, Tel: 0664/505 31 95

Austrian Marketing Confederation AMC

Ferrogasse 35, 1180 Wien