

EINREICHBEDINGUNGEN 2026

Goldener Hahn

Niederösterreichischer Landespreis für beispielhafte Werbung
der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

1	GRUNDLAGEN FÜR DIE BEWERTUNG	2
2	AUSSCHLUSSGRÜNDE	2
3	KATEGORIEN	2
4	KATEGORIEDEFINITIONEN	3
4.1	Out of Home (01)	3
4.2	Print (02)	3
4.3	Digital (03)	3
4.4	Audio (04)	3
4.5	Bewegt看 (05)	3
4.6	Event (06)	3
4.7	Dialog-Marketing (07)	3
4.8	Public Relations (08)	4
4.9	POS Messearchitektur (09)	4
4.10	Verpackungsdesign (10)	4
4.11	Grafikdesign (11)	4
4.12	Eigenwerbung (12)	4
4.13	Kampagne (13)	4
5	BEWERTUNG UND PREISE	5
5.1	Nominierungen	5
5.2	Gewinnerinnen und Gewinner	5
5.3	Auszeichnungen	5
5.4	Teamurkunden	5
6	TEILNAHME	5
6.1	Gemeinschaftsprojekte	5
6.2	Voraussetzungen für die Einreichung	5
7	EINREICHUNG	6
7.1	Erforderliche Angaben	6
7.2	Projektbeschreibung (Laudatio)	6
7.3	Ausführliche Projektbeschreibung	6
7.4	Uploads und Dateiformate	7
7.5	Anonymität der Einreichung	7
7.6	Verantwortung der Einreicherinnen und Einreicher	7
7.7	Doppeleinreichregel	7
7.8	Mindesteinreichungen pro Kategorie	7
7.9	Rechtsweg und Veröffentlichung	7
8	MUSTER	8
9	TEILNAHMEGEBÜHREN	9
9.1	Einreichgebühr	9
9.2	Werbebeitrag bei Nominierung oder Auszeichnung	9
9.3	Teamurkunden	9
9.4	Zahlung und Abwicklung	9
9.5	Teilnahmevoraussetzung	9
9.6	Gebührenpflicht bei Disqualifikation	9
10	RECHTEEINRÄUMUNG	10
11	JURY	10
12	ABLAUF	11
13	WAS ERWARTET DIE SIEGER?	11
14	TERMINE 2026	11
15	VERANSTALTER UND KONTAKT	11

Alle Artikel in den Einreichbedingungen sind geschlechtsneutral gemeint. Soweit personenbezogene Ausdrücke verwendet werden, umfassen sie Frauen und Männer gleichermaßen.

1 GRUNDLAGEN FÜR DIE BEWERTUNG

Die Jury geht bei der Beurteilung von folgenden Grundlagen aus und setzt voraus, dass die Arbeit

- im Zeitraum 01.01.2025 bis 31.12.2025 öffentlich eingesetzt wurde,
- den internationalen Richtlinien für die Lauterkeit von Werbung entspricht,
- eine klare Zielvorgabe aufweist (Werbebriefing),
- die Zielsetzung des Werbevorhabens erfüllt
- und als beispielgebend zu qualifizieren ist.

Die Jury behält sich das Recht vor, im Zweifelsfall vom Einreicher einen verbindlichen Nachweis über eine Veröffentlichung zu verlangen. Bei Verstoß gegen diese Grundlagen ist eine Disqualifikation oder die spätere Aberkennung eines verliehenen Preises jederzeit möglich. Einreichungen, die der jeweiligen Kategorie nicht entsprechen, werden von der Jury ausgeschieden.

2 AUSSCHLUSSGRÜNDE

Werbung für politische Parteien/Gruppierungen, Arbeiten, die den guten Sitten widersprechen oder den Anstand verletzen sowie Verletzungen oder Zuwiderhandeln gegen Teilnahmegebühren und Teilnahmeregeln werden von der Bewertung ausgeschlossen.

Weiters sind sämtliche Arbeiten, die unter unmittelbarer Beteiligung eines Jurors oder eines Moderators der Veranstaltung entstanden sind, ausgeschlossen.

Wird ein Teilnehmer aufgrund oben angeführten Verhaltens disqualifiziert, so ist dieser für die folgenden zwei Einreichungen beim NÖ Landeswerbepreis von der Teilnahme ausgeschlossen.

3 KATEGORIEN

Die Arbeiten werden in den folgenden Kategorien bewertet:

- | | |
|---------------------|---------------------------|
| 01 Out of Home | 08 Public Relations |
| 02 Print | 09 POS Messearchitektur |
| 03 Digital | 10 Verpackungsdesign |
| 04 Audio | 11 Grafikdesign |
| 05 Bewegtbild | 12 Eigenwerbung |
| 06 Event | 13 Kampagne |
| 07 Dialog-Marketing | |

4 KATEGORIEDEFINITIONEN

4.1 Out of Home (O1)

Werbung im öffentlichen Raum und auf externen Werbeflächen. Dazu zählen zum Beispiel Plakate, Poster, City Lights, Rolling Boards, digitale Werbeflächen ohne Ton, Verkehrsmittelwerbung, Banner, Leitsysteme, Informationssysteme sowie weitere Werbemittel im öffentlichen Raum.

4.2 Print (O2)

Werbung und Kommunikationsmittel in gedruckter Form. Dazu zählen zum Beispiel Anzeigen, Inserate, Anzeigenserien, Advertorials, Beilagen, Magazine, Zeitungswerbung sowie weitere Printmaßnahmen.

4.3 Digital (O3)

Digitale Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen über Internet, Plattformen und digitale Anwendungen. Dazu zählen zum Beispiel Websites, Microsites, Landingpages, Social-Media-Auftritte, Social-Media-Kampagnen, Online-Werbung, Suchmaschinenmarketing, Newsletter, Apps, digitale Tools, interaktive Anwendungen, Content-Formate für digitale Kanäle sowie weitere Online-Projekte.

4.4 Audio (O4)

Akustische Werbe- und Kommunikationsformate. Dazu zählen zum Beispiel Hörfunkspots, Radiospots, Podcasts, Corporate Audio, Soundlogos, Jingles, Sprachbox-Ansagen, Ambient-Audio sowie weitere akustische Anwendungen.

4.5 Bewegtbild (O5)

Werbliche und kommunikative Inhalte in bewegtem Bild (maximal 3 Minuten). Dazu zählen zum Beispiel TV-Spots, Kinospots, Web-Videos, Social-Media-Videos, Reels, Shorts, Imagefilme, Produktfilme, Videopodcasts, Animationen, Motion Design und Erklärvideos.

4.6 Event (O6)

Inszenierte Live-, Hybrid- oder digitale Formate zur Kommunikation von Unternehmen, Marken, Produkten oder Themen. Dazu zählen zum Beispiel Veranstaltungen, Tag der offenen Tür, Konferenzen, Kongresse, Roadshows, Messen, Ausstellungen, hybride Formate, digitale Events und Marken- oder Publikumserlebnisse.

4.7 Dialog-Marketing (O7)

Direkte Ansprache von Zielgruppen mit dem Ziel, Reaktion, Kontakt oder Beziehung aufzubauen. Dazu zählen zum Beispiel Mailings, E-Mail-Marketing, mehrstufige Dialogmaßnahmen, Direktkommunikation, personalisierte oder nicht personalisierte Ansprache, Lead-Kampagnen, Response-Kampagnen, CRM-orientierte Maßnahmen und automatisierte Kommunikationsstrecken.

4.8 Public Relations (08)

Kommunikationsmaßnahmen zur öffentlichen Wahrnehmung, Medienarbeit und Positionierung von Unternehmen, Marken, Organisationen oder Personen. Dazu zählen zum Beispiel PR-Kampagnen, Pressearbeit, Medienarbeit, Corporate Publishing, interne Kommunikation, externe Kommunikation, Reputationskommunikation, Stakeholder-Kommunikation sowie weitere PR-Maßnahmen.

4.9 POS | Messearchitektur (09)

Gestaltung von Verkaufs-, Präsentations- und Erlebnisräumen. Dazu zählen zum Beispiel Messestände, POS-Werbemittel, Displays, Verkaufsförderung am Point of Sale, Schauraum- und Auslagengestaltung, Shop- und Store-Konzepte, Showrooms, Besucherzentren, temporäre Installationen sowie räumliche Markeninszenierungen.

4.10 Verpackungsdesign (10)

Gestaltung von Verpackungen und produktnahen Gestaltungselementen. Dazu zählen zum Beispiel Verpackungen jeder Art, Etiketten, Produktbeschriftungen, Produktbedruckungen, Serienverpackungen, Verpackungssysteme, Muster, Dekore sowie weitere Gestaltungen rund um Verpackung und Produktpräsentation.

4.11 Grafikdesign (11)

Visuelle Gestaltung von Marken, Medien und Kommunikationsmitteln. Dazu zählen zum Beispiel Logos, Wort-Bild-Marken, Corporate Design, Brand Design, CD-Manuals, Geschäftsausstattung, Drucksorten, Prospekte, Kataloge, Typografie, Editorial Design sowie weitere visuelle Gestaltungssysteme.

4.12 Eigenwerbung (12)

Arbeiten ohne externen Kundenauftrag. Unter Eigenwerbung fallen alle Arbeiten und Maßnahmen, die ausschließlich für das eigene Unternehmen entwickelt und umgesetzt wurden. Dazu zählen auch Arbeiten von Inhouse-Agenturen, wenn sie nur für das eigene Unternehmen tätig sind.

4.13 Kampagne (13)

Zusammenhängende Kommunikationsmaßnahmen mit mindestens zwei unterschiedlichen Werbemitteln oder Werbemaßnahmen. Dazu zählen zum Beispiel kanalübergreifende Kampagnen, integrierte Kommunikationsmaßnahmen sowie Kampagnen aus Print, Digital, Audio, Bewegtbild, Event, PR oder weiteren Disziplinen.

5 BEWERTUNG UND PREISE

5.1 Nominierungen

In jeder Kategorie werden im Rahmen der Online-Jurierung anhand eines Punktesystems die fünf höchstbewerteten Einreichungen ermittelt. Diese gelten als Nominierte der jeweiligen Kategorie.

5.2 Gewinnerinnen und Gewinner

Aus den fünf höchstbewerteten Einreichungen der Online-Jury werden im Rahmen der Fachjury die Gewinner der jeweiligen Kategorie ermittelt. Die Entscheidung erfolgt nach Beratung der Fachjury anhand eines Punktesystems. Führt die Bewertung der Fachjury zu keinem eindeutigen Ergebnis, gilt als nächste Entscheidungsstufe das Ergebnis der Online-Jurierung.

5.3 Auszeichnungen

Die nominierten Einreichungen erhalten eine Urkunde sowie eine Nominierungstrophäe. Die Gewinner der jeweiligen Kategorie erhalten zusätzlich die „Goldener Hahn“-Trophäe. Die Übergabe erfolgt im Rahmen der Preisverleihung.

5.4 Teamurkunden

Auf Antrag können für weitere am Projekt beteiligte Personen Urkunden mit dem Zusatz „Für Mitarbeit im Team“ ausgestellt werden. Dies gilt insbesondere für Projekte von Arbeitsgemeinschaften, Teams oder Kooperationen.

6 TEILNAHME

Teilnahmeberechtigt sind alle aktiven Mitglieder der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, die Werbeleistungen im Auftrag Dritter oder im eigenen Interesse entwickeln, gestalten oder umsetzen.

6.1 Gemeinschaftsprojekte

Werden Arbeiten oder Projekte von mehreren Unternehmen gemeinsam umgesetzt, ist die Einreichung unter dem Namen eines Unternehmens vorzunehmen. Dieses Unternehmen gilt offiziell als Einreicher der Arbeit.

6.2 Voraussetzungen für die Einreichung

Das einreichende Unternehmen muss über eine aktive Gewerbeberechtigung verfügen. Einreichungen unter fiktiven Namen, Projektbezeichnungen oder nicht rechtsgültigen Unternehmensbezeichnungen sind nicht zulässig.

7 EINREICHUNG

Die Teilnahme am Wettbewerb ist ausschließlich online und innerhalb der bekanntgegebenen Einreichfrist möglich. Die jeweils gültigen Fristen ergeben sich aus dem Abschnitt „Termine“.

Die Einreichung ist vollständig über die Einreichplattform unter <https://www.goldenerhahn.at/einreichen/> durchzuführen.

7.1 Erforderliche Angaben

Jede Einreichung muss vollständig erfolgen und den vorgegebenen Einreichkriterien entsprechen. Im Rahmen der Einreichung sind folgende Angaben verpflichtend zu erfassen:

- Kategorie, Projekttitel, Auftraggeber
- Projektbeschreibung (Laudatio)
- Ausführliche Projektbeschreibung

Zusätzlich können - sofern vorhanden - weitere Angaben wie ein Projektlink oder das Projektvolumen (Etat) ergänzt werden.

7.2 Projektbeschreibung (Laudatio)

Für jede Einreichung ist eine öffentliche Kurzbeschreibung (Laudatio) zu erfassen.

Diese dient insbesondere der Präsentation der Einreichung im Rahmen des Wettbewerbs und der Preisverleihung. Die maximale Länge beträgt 400 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Die Nennung der einreichenden Agentur, des Unternehmens sowie beteiligter Personen ist in der Laudatio zulässig.

7.3 Ausführliche Projektbeschreibung

Für jede Einreichung ist eine ausführliche Projektbeschreibung zu hinterlegen.

Diese soll auf folgende Punkte eingehen:

- Wie war die Aufgabenstellung?
- Wie war der Lösungsansatz?
- Warum ist das Projekt ECHT.GOLD.WERT?

Die maximale Länge beträgt 3.600 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Die Inhalte sind in eigenem Ermessen auf die 3 Fragen aufzuteilen. Die ausführliche Projektbeschreibung dient als Grundlage für die Bewertung durch die Jury.

Hinweis: Die ausführliche Projektbeschreibung darf **keine** Rückschlüsse auf die einreichende Agentur, das Unternehmen oder beteiligte Personen zulassen.

7.4 Uploads und Dateiformate

Zur Einreichung ist eine repräsentative Einzeldarstellung der Arbeit verpflichtend hochzuladen. Diese muss folgenden Anforderungen entsprechen:

- **Format:** A5 Hoch- oder Querformat
- **Auflösung:** mindestens 300 dpi
- **Dateiformat:** JPG

Zusätzlich können - je nach Art der Einreichung - weitere Unterlagen oder Medien hochgeladen werden, insbesondere:

- Projektpräsentation (PDF) – optional
- Audiodatei (MP3) – notwendig bei Kategorie Audio
- Videodateien (MP4 oder MOV) – notwendig bei Kategorie Video

Die maximal zulässige Dateigröße beträgt 50 MB pro Datei.

7.5 Anonymität der Einreichung

Aus Gründen der Objektivität und Unvoreingenommenheit dürfen die Einreichunterlagen, insbesondere die ausführliche Projektbeschreibung, sowie verlinkte Inhalte keine Hinweise auf die einreichende Agentur, das einreichende Unternehmen oder beteiligte Personen enthalten. Dies betrifft alle Hinweise (Logos, Namensnennungen, Verlinkungen...), aus denen die Einreichenden hervorgehen. Ein Verstoß gegen diese Vorgabe kann zum Ausschluss der Einreichung führen. Von dieser Regelung ausgenommen ist ausschließlich die Kategorie Eigenwerbung.

7.6 Verantwortung der Einreicherinnen und Einreicher

Für die technische Funktionsfähigkeit, die inhaltliche Richtigkeit sowie die vollständige und fristgerechte Einreichung sind ausschließlich die Einreicher verantwortlich. Während der Einreichfrist können Einreichungen auf der Plattform bearbeitet oder gelöscht werden. Nach Ablauf der Einreichfrist sind keine Änderungen mehr möglich.

7.7 Doppeleinreichregel

Eine Mehrfachnominierung oder Mehrfachprämierung desselben Sujets bzw. von weitgehend identen Arbeiten ist ausgeschlossen. Werden idente oder weitgehend idente Arbeiten (bei gleichem Auftraggeber) mehrfach in unterschiedlichen Kategorien eingereicht, verbleibt jene Einreichung im Wettbewerb, die im Rahmen der **Online-Jurierung am besten bewertet wurde**.

7.8 Mindesteinreichungen pro Kategorie

Eine Kategorie wird nur dann bewertet, wenn mindestens fünf verschiedene Agenturen bzw. Einreicher mit ihren Arbeiten in dieser Kategorie antreten. Wird diese Anzahl nicht erreicht, entfällt die Kategorie.

7.9 Rechtsweg und Veröffentlichung

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Detailergebnisse, Einzelbewertungen sowie Juryergebnisse werden nicht veröffentlicht.

8 MUSTER

Im ersten Schritt der Bewertung sind keine haptischen Muster vorgesehen. Jeder Einreicher hat mittels der hochgeladenen Dateien, Audios, Filme etc. die Möglichkeit, seine eingereichten Arbeiten zu beschreiben und damit der Online-Jury einen Eindruck über seine Arbeit zu vermitteln! Unaufgefordert eingereichte Muster werden nicht berücksichtigt und auch nicht retourniert! Wird eine Agentur nominiert, so können in den folgenden Kategorien haptische Muster angefordert werden: Diese sind dann per Post oder direkt an das Büro der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zu übermitteln:

- Audio
- Bewegtbild
- Grafikdesign
- Print
- Dialog-Marketing
- Verpackungsdesign

Film- und Audiodateien sind dabei in einem unkomprimierten .avi-Format oder einem anderen gleichwertigen professionellen Videoformat bzw. Audioformat zu übermitteln.

Dazu ergehen gesonderte Informationen an die nominierten Agenturen. Werden die Muster nicht bis zum angegebenen Datum eingereicht, kann die Arbeit ohne weitere Angabe von Gründen aus dem Wettbewerb genommen werden.

Der Veranstalter übernimmt keine Haftung für Darstellbarkeit oder Reproduktionsqualität beigestellter bzw. eingereicherter Daten! Umfassende Hinweise und Beschränkungen zur Einreichung ergeben sich aus dem Online-Einreichsystem.

Grundsätzlich werden eingereichte Muster nicht zurückgesendet. Sollen die haptischen Muster wieder retourniert werden, so ist dies bitte schriftlich bei deren Übersendung bekannt zu geben!

Die Muster sind an folgende Adresse zu senden oder dort abzugeben:

Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

Goldener Hahn

Wirtschaftskammer-Platz 1

3100 Sankt Pölten

9 TEILNAHMEGEBÜHREN

9.1 Einreichgebühr

Für jede Einreichung im Zeitraum vom 10. April 2026, 00:00 Uhr, bis 08. Mai 2026, 23:59 Uhr, ist eine Gebühr von € 79,- zu entrichten.

Die Einreichgebühr beinhaltet keine Freikarten für den Galaabend.

9.2 Werbebeitrag bei Nominierung oder Auszeichnung

Für jede Nominierung bzw. Auszeichnung ist von den Preisträgerinnen und Preisträgern ein Werbebeitrag in Höhe von € 100,- zu entrichten.

Dieser beinhaltet:

- die Präsentation der prämierten Arbeiten
- den Internetauftritt
- die Veröffentlichung in Medien.

Im Werbebeitrag sind zwei Freikarten für den Galaabend enthalten. Der Betrag wird nach Veröffentlichung der Nominierten vorgeschrieben.

9.3 Teamurkunden

Teamurkunden können einmalig kostenfrei angefordert werden.

9.4 Zahlung und Abwicklung

Alle Gebühren sind unmittelbar nach Rechnungserhalt zu begleichen.

Die Rechnungslegung erfolgt durch die WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.

Die Zahlung ist auf folgendes Konto zu leisten:

Name: Wirtschaftskammer Niederösterreich

IBAN: AT06 6000 0000 0704 9033

Verwendungszweck: „Einreichung Goldener Hahn 2026“

9.5 Teilnahmevoraussetzung

Nur vollständig bezahlte Einreichungen werden im Wettbewerb berücksichtigt.

Arbeiten von Unternehmen, die offene Verbindlichkeiten aus Vorjahren gegenüber der Fachgruppe aufweisen, werden nicht berücksichtigt.

9.6 Gebührenpflicht bei Disqualifikation

Die Gebühren für das eingeleitete Bewertungsverfahren werden für alle Arbeiten, die nach Ende der Einreichfrist auf der Plattform vorhanden sind, in Rechnung gestellt.

Dies gilt auch bei:

- Verstoß gegen die Einreichbedingungen
- Ausschluss oder Disqualifikation vom Wettbewerb

10 RECHTEINRÄUMUNG

Der Einreicher hat im Vorfeld der Einreichung dafür Sorge zu tragen, dass er über alle Rechte an den eingereichten Daten verfügt und hat den/die Auftraggeber gegebenenfalls auch darüber zu informieren!

Der Einreicher erklärt sich einverstanden, die Veröffentlichung eingereicherter Arbeiten im Zusammenhang mit dem gegenständlichen Wettbewerb in allen Medien urheberrechtlich entgeltfrei zur Verfügung zu stellen und hat für allfällig notwendige Rechtklärungen aufseiten Dritter Sorge zu tragen.

Bei Versäumnissen aus dieser Pflicht trägt der Teilnehmer gegenüber dem Veranstalter die volle Verantwortung und übernimmt alle daraus entstehenden Forderungen und Kosten.

11 JURY

Die Jury des Goldenen Hahn besteht aus einer Online-Jury sowie einer Fachjury, die in einem zweistufigen Verfahren unabhängig voneinander die Nominierten und Gewinner ermittelt.

Die Online-Jury bewertet die eingereichten Arbeiten im Rahmen der ersten Jurierungsstufe.

Die Fachjury trifft auf Basis der nominierten Arbeiten die endgültige Entscheidung über die Gewinner in den jeweiligen Kategorien.

Die Fachjury besteht aus renommierten, unabhängigen Fachleuten.

Die Einberufung der Online-Jury und der Fachjury erfolgt im Auftrag der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation durch die mit der Abwicklung betrauten Agentur.

Die Fachjury ist beschlussfähig, wenn sie aus mindestens fünf Mitgliedern besteht.

Die Leitung der Fachjury übernimmt die vom Fachgruppenobmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation eingesetzte Juryleitung. Diese ist nicht stimmberechtigt.

Die Tätigkeit der Jurymitglieder sowie der Juryleitung unterliegt der Geheimhaltung.

Die Zusammensetzung und Kontaktdaten der Jurymitglieder werden nicht weitergegeben.

Einreichende Agenturen, Unternehmen oder sonstige am Wettbewerb beteiligte Personen haben davon Abstand zu nehmen, Jurymitglieder im Zusammenhang mit dem Goldenen Hahn zu kontaktieren. Bei einem Verstoß entscheidet die Juryleitung nach entsprechender Abstimmung über einen möglichen Ausschluss vom Wettbewerb. Einreicher sind von der Tätigkeit als Jurymitglied ausgeschlossen.

12 ABLAUF

Die Anwärter auf den Goldenen Hahn (Nominierte) erhalten eine elektronische Benachrichtigung, wenn sie nominiert sind und gegebenenfalls die Aufforderung zur Übersendung der haptischen Muster. Die Vergabe des NÖ Landeswerbepreises für beispielhafte Werbung erfolgt beim Event des Goldenen Hahns. Hierzu ergehen gesonderte Einladungen.

13 WAS ERWARTET DIE SIEGER?

Jeder nominierte niederösterreichische Werber erhält pro Nominierung in seiner Kategorie zwei Freikarten für den Galaabend. Weiters werden die Nominierten medial bis zur Gala promotet. Außerdem werden die Arbeiten mit namentlicher Nennung in ausgewählten Branchenmedien sowie im Internet veröffentlicht.

14 TERMINE 2026

Die Online-Einreichung ist vom **10. April 2026, 00:00 Uhr bis 08. Mai 2026, 23:59 Uhr** vollständig unter <https://www.goldenerhahn.at/einreichen/> durchzuführen.

ACHTUNG - KEINE NACHFRIST!

Die Bekanntgabe der Nominierten erfolgt am **26. Juni 2026**.

Die Vergabe des Landespreises für beispielhafte Werbung in Niederösterreich erfolgt im Rahmen des Verleihungsevents des Goldenen Hahns am **15. September 2026**.

Alle Termine und Informationen zum Goldenen Hahn sind auch im Internet unter www.goldenerhahn.at nachzulesen.

15 Veranstalter und Kontakt

Veranstalter des Wettbewerbs ist die WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.

Die organisatorische Abwicklung erfolgt durch die VANGARDIST MEDIA GMBH.

Rückfragen zum Wettbewerb sind an werbung@wknoe.at zu richten.

Viel Erfolg bei der Einreichung!