

Staatspreis Marketing 2026

Der Staatspreis Marketing 2026 wurde am 8. Juni 2026 in der Stage 3 Eventlocation in der Lilienthalgasse 6 von Herrn Bundesminister Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer überreicht.

1. Hintergrundinformation zum Staatspreis Marketing

- Der Staatspreis Marketing wird seit 1999 und heuer zum 17. Mal vergeben. Beim heurigen Staatspreis gab es **148 Einreichungen**.
- Er 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 Teilnahme am Staatspreis ist in folgenden **sechs Kategorien** möglich, wobei die Sieger der jeweiligen Kategorie zugleich für den Staatspreis nominiert sind:
 - **Konsumgüter-Marketing**
 - **Investitionsgüter-Marketing**
 - **Dienstleistungs-Marketing**
 - **Marketing im Handel und E-Commerce**
 - **Not for Profit Marketing**
 - **Internal Marketing und Employer Branding**
- Zudem werden **drei Sonderpreise** vergeben für
 - **Young Businesses** (Startups und neue Geschäftsfelder)
 - **Live Marketing** (Events, Experience Management/Brand Touchpoints) und
 - **Data Driven Marketing** (Einsatz von Datenanalysen, KI und datenbasierten Strategien)

2. Preisträger

STAATSPREISTRÄGER Marketing 2026

"#frausorgtvor"

Wiener Städtische Versicherung
(Kategorie Dienstleistungs-Marketing)

Projektbeschreibung:

Österreich weist einen der größten Gender Pension Gaps Europas auf. Die Initiative #frausorgtvor greift dieses strukturelle Problem auf und überführt es in eine öffentliche Diskussion. Im Zentrum steht der Ansatz, betroffene Frauen selbst sprechen zu lassen. Über Film, Social Media sowie Talks und Events wird der Diskurs weitergeführt und das Thema sichtbar in den öffentlichen Raum gebracht.

Jurybegründung:

Mit #frausorgtvor greift die Wiener Städtische Versicherung ein gesellschaftlich relevantes Vorsorgethema auf und überführt es in einen konsistenten Kommunikationsansatz. Durch die Verbindung von Zielgruppenansprache, Aktivierung und öffentlichem Diskurs werden konkrete Verhaltensänderungen angestoßen und gesellschaftliche Relevanz wird mit strategischer Markenführung verbunden.

NOMINIERUNGEN zum Staatspreis Marketing 2026

Kategorie Konsumgüter-Marketing

"Glück verbindet – Nachhaltiges Wachstum aus dem Kern der Lovebrand Manner

Josef Manner & Comp. AG

Jurybegründung:

Mit "Glück verbindet" ist es Manner gelungen, eine traditionsreiche Marke behutsam zu modernisieren und zugleich ihren Markenkern zu bewahren. Die strategische Neuausrichtung hin zu einer emotionalen Markenführung wurde konsistent umgesetzt und erzielte deutliche Erfolge bei Bekanntheit, Werbeerinnerung und Markenrelevanz.

Kategorie Investitionsgüter-Marketing

"Andritz - creating growth that matters"

Andritz AG

Jurybegründung:

Mit "FOR THE CHANGE – FOR GROWTH THAT MATTERS" hat Andritz den Unternehmenszweck global konsistent verankert und Nachhaltigkeitskompetenz über konkrete Leistungen sichtbar gemacht. Die strategische Verbindung von klarer Markenführung, interner Verankerung und internationalem Rollout führte zu hoher Glaubwürdigkeit und Wirkung.

Kategorie Dienstleistungs-Marketing

"#frausorgtvor"

Wiener Städtische Versicherung

Siehe Staatspreisträger

Kategorie Marketing im Handel und E-Commerce

"Ikea – mit smarter Positionierung zu traumhaftem Wachstum im rückläufigen Markt"

Ikea Austria GmbH

Jurybegründung:

Mit "Sag Schlafproblemen Gute Nacht" ist es IKEA gelungen, sich in einem rückläufigen Marktumfeld klar zu positionieren und alltägliche Bedürfnisse rund um Schlaf und Wohnen in den Mittelpunkt zu stellen. Der strategische Fokus auf Lebensrealitäten statt reiner Produkt-funktionalität zeigt, wie ein ganzheitlicher Marketingansatz auch in herausfordernden Märkten Wirkung entfalten kann.

Kategorie Not for Profit Marketing

"Österreichs erste "Pop Up-Blutspende" zur Aktivierung neuer junger Zielgruppen"

Österreichisches Rotes Kreuz

Jurybegründung:

Mit der Pop-up-Blutspende kann das Rote Kreuz, Blutspenden niederschwellig in den Alltag junger Zielgruppen integrieren. Durch die Verlagerung in ein Einkaufszentrum wird die Blutspende zu einem zeitgemäßen Erlebnis gemacht und die Wahrnehmung des Themas nachhaltig verändert.

Kategorie Internal Marketing und Employer Branding

"Hidden Talents: Wenn Vorurteile Karrieren machen"

OBI Bau- und Heimwerkermärkte Systemzentrale GmbH

Jurybegründung:

Die Kampagne zeigt, wie ein bestehendes Vorurteil kreativ und selbstironisch in einen aufmerksamkeitsstarken Kommunikationsansatz übersetzt werden kann. Durch die aktive Einbindung junger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsteht eine zielgruppengerechte Umsetzung, die digitale Kommunikation und Live-Event wirkungsvoll verbindet.

SONDERPREISTRÄGER "Young Businesses"

"Young-Businesses_marswalk media GmbH"

marswalk media GmbH

Jurybegründung:

marswalk media entwickelt einen integrierten Ansatz, um Unternehmen den Zugang zur Zielgruppe der Gen Z zu erleichtern. Durch die Verbindung von Zielgruppenstrategie, Creator-getriebenen Kampagnen und datenbasierter Distribution entsteht ein klar differenziertes Agenturmodell mit messbarem Wachstum. Der rasche Unternehmensaufbau und die internationale Expansion belegen die unternehmerische Leistungsfähigkeit des jungen Unternehmens.

SONDERPREISTRÄGER "Live Marketing"

"Alter OÖ"

Alter OÖ, OÖ Pflege- und Betreuungsmanagement GmbH

Jurybegründung:

ALTER OÖ gelingt es, die gesellschaftliche Herausforderung des Fachkräftemangels in der Pflege durch starke Live-Kommunikation sichtbar zu machen. Durch die Integration der Altenpflege in aufmerksamkeitsstarke öffentliche Formate wird eine neue, selbstbewusste Positionierung geschaffen. Die Initiative verbindet emotionale Aktivierung mit nachhaltiger Wirkung auf Wahrnehmung und Nachwuchsgewinnung.

SONDERPREISTRÄGER " Data Driven Marketing "

"BYD - auf dem Weg zu Österreichs Nummer 1"

CCI Car Austria GmbH

Jurybegründung:

Mit der Markteinführung von BYD in Österreich wurde ein datenbasierter und integrierter Marketingansatz umgesetzt, der Produkt, Marke, Kommunikation und Vertrieb konsequent miteinander verknüpft. Der durchgängige Marketing-Funnel schafft Transparenz entlang der gesamten Customer Journey und ermöglicht eine gezielte Steuerung aller Maßnahmen.

3. Jurymitglieder:

- Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht (Universität Graz) - Juryvorsitzender
- Karlheinz Kindler, Marketing- und PR-Fachmann, IV Vorarlberg
- Dr. Thomas Kohlert, BMWET
- Assoz. Prof. PD Dr. Monika Koller, Wirtschaftsuniversität Wien
- Dr. Horst König, Rukapol GmbH
- Mag. Willy Lehmann, Marken-/Marketingexperte
- Mag. Jürgen K. Lenzeder, MBA, Porsche Austria GmbH & Co OG
- Mag. Doris Stiksl, proPellets Austria
- Stefan Lorbeer, ÖAMTC
- Mag. Melanie Rondonell, ÖBB
- Dr. Wolfgang Frick, MC Vorarlberg
- DI Marijana Delac, Erzdiözese Salzburg

4. Beurteilungskriterien:

Die eingereichten Marketingkonzepte werden von der Jury in ihrer Gesamtheit beurteilt, wobei folgende Kriterien entscheidend sind:

- Die Marketingleistung muss in ihrer Konzeption beispielhaft für eine konsequente Marktorientierung sein.
- Originalität, Innovation und Qualität von
 - Marketingstrategie
 - Positionierung
 - Produkt- und Preispolitik
 - Distributions- und Logistikpolitik
 - Werbung und Marktkommunikation
 - Kunden und Dienstleistungsorientierung
- Die Marketingleistung kann national, international oder global angelegt sein, muss jedoch von einem Unternehmen mit Sitz in Österreich erbracht worden sein.
- Die Marketingleistung muss hinsichtlich des betriebswirtschaftlichen Nutzens für das Unternehmen im Hinblick auf Umsatzentwicklung, Marktanteil, Wachstum und Image nachvollziehbar sein.

Rückfragehinweis:

Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus

Abt. Präs/4 - Informationsmanagement

Stubenring 1, 1010 Wien

Mag. Dieter Böhm

Telefon: +43 1 711 00-805535

E-Mail: dieter.boehm@bmwet.gv.at