

**Mag. Georg Wiedenhofer**, Präsident der Austrian Marketing Confederation AMC  
**Mag. (FH) Niko Pabst**, Marketing- und Eventexperte  
**Bettina Tschann**, Markenberaterin, Werbetexterin & Moderatorin, [www.simpli.at](http://www.simpli.at)

**[Werbeplanung.at](http://Werbeplanung.at): Vor wenigen Tagen ging die Verleihungsveranstaltung des „Staatspreis Marketing 2015“ gemeinsam mit der Marketing Impuls Austria über die Bühne. Hinter Ihnen dreien liegen entbehrensreiche Wochen der Vorbereitung. Sind der Event und der Wettbewerb grosso modo so verlaufen, wie Sie sich das erhofft haben**

**Niko Pabst:**

Da müssen Sie die Gäste fragen ob Ihnen der Event gefallen hat. Mein Eindruck war aber, dass sie sich wohl gefühlt haben und das ist das wichtigste.

Dietmar Dahmen hat in der Keynote schon angesprochen, dass sich die Marketingbranche ändert, bzw. diese vor neuen Herausforderungen steht - Stichwort inhomogenere Zielgruppen, neue Technologien, neue Kanäle zur Ansprache etc. Dies konnte man im Vergleich zu 2013 vermehrt auch bei den Einreichungen erkennen. Viele Unternehmen beschreiten bereits neue Wege und punkten nicht mehr nur mit den klassischen Marketingtools.

**Bettina Tschann:**

Das alles schien wie ein großes Konzert. Man selbst wird zum Dirigenten und möchte, dass alle ihre schönsten Stücke zu richtigen Zeit spielen: Viele verschiedene Einreicher, die spannende Projekte präsentieren. Großzügige Sponsoren, die die Vorführung erst möglich machen. Professionelle Partner, die sich im Gleichtakt perfekt aufeinander einspielen. Und am Abend selbst die vielen hochkarätigen Gäste, die gespannt auf die Bühne blicken. Und natürlich die Finalisten, die es hoffnungsvoll kaum erwarten können, die Bühne zu erobern. Alle nervenaufreibenden Momente und schlaflosen Nächte sind schnell vergessen, wenn sich die Gäste sichtlich gut amüsieren und sich die Gewinner riesig freuen.

**[Werbeplanung.at](http://Werbeplanung.at): Wenn Sie sich die Zahl der Einreichungen zum Staatspreis Marketing 2015 ansehen: Sind Sie zufrieden oder hätten Sie sich – auch rückblickend auf frühere Staatspreise – mehr Einreichungen gewünscht?**

**Georg Wiedenhofer:**

Im Gegensatz zu den Staatspreisen Marketing vor etlichen Jahren haben wir eine deutliche Zunahme bei den Einreichungen . Mit der Unterstützung der Bundesländermarketingclubs und der medialen Unterstützung der Bundesländertageszeitungen sind mehr als 60% der Einreichungen nicht aus Wien.

**Niko Pabst:**

Wir sind mit den Einreicherzahlen zufrieden. Es kann immer mehr sein, wir liegen aber mit knapp 100 Einreichungen fast bei 2013 und noch immer weit über 2011

**Bettina Tschann:**

Wir hatten viele tolle Einreicher mit den unterschiedlichsten Projekten. Für 2017 wünsche ich mir, dass noch mehr der vielen ideenreichen Kleinunternehmen und Start-ups hierzulande es wagen, teilzunehmen. Ich glaube, da steckt noch jede Menge unentdecktes Potential, das eine Auszeichnung und österreichweite Aufmerksamkeit verdient hätte.

**[Werbeplanung.at](#): Mit Dietmar Dahmen lieferte heuer ein mitreißender und kontroversieller Speaker die Keynote ab: Wie haben Sie die Reaktion des Publikum miterlebt?**

**Georg Wiedenhofer:**

Das Publikum war von der Art der Show und des Auftrittes begeistert – Dahmen ist nicht umsonst derzeit der mitreissenste Redner.

**Niko Pabst:**

Dietmar Dahmen ist allein schon mit seinem Auftreten ein Typ der polarisiert. Er ist ein Showman, er hat eine Aussage und sein Vortrag war sehr kurzweilig. Wir haben durchwegs sehr positives Feedback erhalten. In den Tagen nach dem Event haben mich auch einige Gäste angerufen, um zu fragen wie sie ihn buchen können; er dürfte also eine gute Wahl gewesen sein.

**Bettina Tschann:**

Dietmar Dahmen besitzt einfach genau die hemmungslose, laute und extravagante Genialität, die es auf solch' einer Bühne braucht. Seine Übertreibungen sind wohl der Schlüssel zum Verständnis. Und wer behauptet, „um am Markt zu bleiben, müssen Sie Erwartungen erfüllen. Um den Markt zu führen, müssen Sie das Unerwartete tun“, der muss es wohl auch selbst tun. Als Werberin und Moderatorin traf die Keynote für mich den Nagel auf den Kopf!

**[Werbeplanung.at](#): Der Tiroler Traktorenhersteller Lindner – ein Vorzeigeunternehmen – wirkt wie ein idealtypischer Gewinner des „Staatspreis Marketing“. Sehen Sie das auch so?**

**Georg Wiedenhofer:**

Ja – ich freue mich für dieses Unternehmen, denn es repräsentiert die Wirtschaftsleistung Österreichs - starke mittelgroße Familienunternehmen, die die Veränderungen am Markt als Chance aufgreifen und mit Erfolg meistern.

**Niko Pabst:**

Beim Staatspreis Marketing werden innovative und nachhaltige Projekte prämiert. Lindner hat eine Innovation auf dem Markt gebracht und diese mit allen Künsten des Marketings vermarktet. Daher zurecht der Staatspreis.

**Bettina Tschann:**

Was das Traktorenwerk Lindner so herausragen lässt, ist die Orientierung am Markt. Sie haben mit LINTRAC, dem ersten stufenlosen Standardtraktor mit lenkender Hinterachse, keine unnötigen Innovationen auf den Markt gebracht, sondern direkt auf die Ansprüche ihrer Kunden reagiert. Was braucht der heimische Bauer im Alpenraum wirklich, was braucht er nicht. Der Erfolg und ein Umsatzplus von rund 10 Millionen Euro gaben ihnen Recht.

**[Werbeplanung.at](#): Erstmals wurde heuer beim Staatspreis Marketing ein Preis der Jury vergeben. Hat sich diese Innovation aus Ihrer Sicht bewährt?**

**Georg Wiedenhofer:**

In diesem Fall ja – man wird sehen ob es das nächste mal wieder einen solchen Sonderpreis geben wird – dieser Sonderpreis ist nicht als fixer Bestandteil angedacht.

**Niko Pabst:**

Der Sonderpreis der Jury ist daraus entstanden, dass Create Connections mit der com.sult ein wirklich gutes und nachhaltiges Produkt erschaffen hat. Neben der Marketingleistung, den hochkarätigen Gästen und Speakern die jedes Jahr teilnehmen sticht hier besonders hervor, dass Create Connections für den Standort Wien und Österreich im Allgemeinen viel bewegt.

**[Werbeplanung.at](#): Der nächste Staatspreis Marketing wird 2017 ausgeschrieben: Ist geplant, an dem einen oder anderen Schräubchen zu drehen und eventuell neue Kategorien oder eine andere Art der Juryzusammensetzung einzuführen? Und gibt es generell Verbesserungen, die Ihnen unmittelbar nach der diesjährigen Veranstaltung einfallen?**

**Georg Wiedenhofer:**

Mit diesem Thema werden wir uns nächstes Jahr beschäftigen. Wenn wir es schaffen, die Verleihung noch weiter zu straffen, ist es sicher von Vorteil.

**Niko Pabst:**

Prof. Foscht hat eine tolle Jury zusammengestellt die aus Top Leuten der Wissenschaft und Wirtschaft besteht. Die Jury hat eine wirklich sehr gute Leistung abgeliefert und sich ehrenamtlich durch ca. 1.000 Seiten Einreichunterlagen gekämpft. Hier würde ich nichts ändern. Wo wir für das nächste Mal arbeiten werden ist, dass wir die Verleihungsveranstaltung straffen wollen. Hier müssen wir einen guten Mittelweg finden, den Gewinnern die Ehre zukommen zu lassen die ihnen gebührt und den anderen Gästen eine straffe und kurzweilige Veranstaltung bieten.

**Bettina Tschann:**

„Es sind die Mutigen, die entdecken. Und die Macher, die verändern“, lautete der Titel des diesjährigen Staatspreis Marketing. Also, lassen Sie sich überraschen, was wir getreu dem Motto 2017 alles anstellen werden!