

## Campus Väre im Scheinwerferlicht

CampusVäre Creative Institute Vorarlberg beim Staatspreis Marketing 2026 ausgezeichnet.

**WIEN, DORNBIERN** Im Rahmen der Verleihung des Staatspreises Marketing 2026 wurde das CampusVäre Creative Institute Vorarlberg mit seiner Kampagne „Werkstatt zur Entwicklung der Zukunft sucht Mieter“ als beste Einreichung aus Vorarlberg ausgezeichnet. Die Kampagne „Werkstatt zur Entwicklung der Zukunft sucht Mieter“ überzeugte die Jury mit innovativer Standortkommunikation und einem zukunftsorientierten Markenauftritt. Das Kommunikationskonzept setzte sich im Zuge der erstmals im Rahmen der Staatspreis-Marketing-Gala vergebenen Bundesländerpreise gegen zahlreiche weitere Einreichungen aus Vorarlberg durch. Darüber hinaus erreichte CampusVäre in der Sonderkategorie „Young Businesses“ den zweiten Platz. Wirtschaftsminister Wolfgang Hattmannsdorfer würdigte die erfolgreichsten Einreicher bei der Staatspreis-Marketing-Gala: „Österreich braucht Unternehmen, die nicht nur gute Produkte und Dienstleistungen ha-



**V. l.: Bundesländerpreis-Sponsorin Karin Seywald-Czihak (ÖBB-Werbung), Wirtschaftsminister Wolfgang Hattmannsdorfer, Willy Lehmann, Präsident der Austrian Marketing Confederation, und Karlheinz Kindler, Präsident des Marketing Club Vorarlberg, gratulieren Bettina Steindl, Geschäftsführerin von CampusVäre.** FA/SILVERI

ben, sondern diese auch erfolgreich auf den Markt bringen. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten entscheidet professionelles Marketing mit darüber, ob aus Innovation auch Wachstum, Wertschöpfung und Beschäftigung entsteht. Mit dem Staatspreis Marketing holen wir jene vor den Vorhang, die zeigen: Sichtbarkeit, klare Positionierung und Unternehmergeist sind zentrale Voraussetzungen für Wettbewerbsfähigkeit“, so der Minister.

### Herausragendes Marketing

Insgesamt bewertete die Jury unter dem Vorsitz von Prof. Thomas

Foscht, Vorstand des Instituts für Marketing an der Universität Graz, 148 Einreichungen und nominierte daraus 27 Finalisten. Worum es der Fachjury vor allem ging, erklärt Foscht so: „Unsere Beurteilungskriterien waren Qualität, betriebswirtschaftliche Relevanz und Innovationsgrad – nicht die Unternehmensgröße, Branche oder Budgethöhe. Was uns auch noch wichtig war: Die jeweilige Marketingleistung sollte einen klaren Bezug zum Standort Österreich aufweisen. Und die Marketingleistungen mussten einen signifikanten Unternehmenserfolg nach sich gezogen haben.“

Mit der Ausrichtung des Staatspreises Marketing wird traditionell die Austrian Marketing Confederation (AMC), der Dachverband der Marketing Clubs in Österreich, bedacht. Willy Lehmann, Präsident der Austrian Marketing Confederation, erklärt: „Trotz der gesamtwirtschaftlich angespannten Lage konnte die Zahl der Einreichungen grosso modo auf dem Niveau von 2024 gehalten werden. Das zeigt, dass sich Österreichs marketing-treibende Unternehmen auch in härteren Zeiten gern dem Kräfte-messen mit anderen Unternehmen stellen.“

### Beeindruckendes Konzept

Den Staatspreis Marketing 2026 gewann die Wiener Städtische Versicherung für das Marketingkonzept „#frausorgtivor“.

Die Kampagne rückt die finanzielle Vorsorge von Frauen in den Mittelpunkt und verbindet gesellschaftliche Relevanz mit strategischer Markenführung und zielgerichteter Aktivierung. „Mit #frausorgtivor ist es gelungen, den Vorsorgemarkt entscheidend weiterzuentwickeln und ein bislang unzureichend adressiertes Zielgruppensegment nachhaltig zu aktivieren. Aus Sicht der Jury eine herausragende Leistung“, erklärte Jury-Präsident Foscht.