

# CREATIVE!

Relevantes aus der unverändert hoffnungsfrohen Welt der  
Fach Neigungsgruppe Werbung und Marktkommunikation Kreativität  
Nº1 // Herbst/Winter 2025/26



## Wie das mit uns Kreativen halt so ist

Zukunft

### Mensch, Maschine!

Ein Gespräch mit der deutschen Expertin **Barbara Lampl** über die Zukunft der Kreativwirtschaft im Zeitalter der KI.

p. 6/7

Tirolissimo

### Lautes Servus zum Abschied

Er war eine ziemlich „schöne Leich“ – der letzte Landeswerbepreis seiner Art. **Alle Sieger:innen und Nominierten im Überblick.**

p. 8–13

Fachgruppe

### Woran wir arbeiten

Was macht der **Ausschuss unserer Fachgruppe** eigentlich? – Ein Überblick, was uns bewegt und euch in Zukunft voranbringt.

p. 14

Editorial

# Unfassbar: Wir glauben weiterhin an *bessere* Ideen. Und eine *gute* Zukunft.

**Redet** man heute über Wirtschaft, Gesellschaft oder Politik, kommt eines sicher zur Sprache: *Die Krise*. Meist gleich eingangs und im Plural fokussieren sich Interviews, Podiumsdiskussionen oder Talks aufs Schwierige: Weltlage, Handelskriege, Bürokratie, Regulatorien, Lohnnebenkosten, Leistungsbereitschaft, Pensionen, Budget. Und dann ist da auch noch das nächste große Fragezeichen – die künstliche Intelligenz. Was macht sie mit unserer Arbeit? Unserer Branche? Unserer Zukunft?

Angesichts all dieser Herausforderungen, so ein oft gehörter Tenor, sei jetzt nicht die Zeit für große Zukunftsvisionen. Jetzt geht es um die „ernsten“ Dinge, bloß keine Experimente! Irgendwie muss es ganz schnell ja wieder so werden, wie es immer schon war.

Kreative Menschen denken anders. Nicht weil sie weltfremd sind, sondern weil sie wissen, dass die ernsten Themen – von den strukturellen Problemen in der Wirtschaft über die zu hohen Lebenshaltungskosten bis hin zur Demokratiekrise und dem schneller als erwartet stattfindenden Klimawandel – nur mit *besseren* Ideen und *echtem* Mut einer Lösung nähergebracht werden können.

Bei allem Respekt für individuelle Herausforderungen und Lebensrealitäten: Was uns als Unternehmer:innen bremst, sind falsche Ernsthaftigkeiten – Gewohnheiten, Besitzansprüche, Kleingeistigkeit. Eine rückwärtsgewandte Art Krisenmodus, der neue Wege blockiert, statt sie zu ebnen.

Was es stattdessen braucht? Menschen, die offen denken. Unkonventionelle Köpfe. Freigeister. Erfinder:innen. Ideengeber:innen. Menschen mit einem wachen Sinn für konstruktive Kritik *und* Lust auf Veränderung. Und die gibt es: in unseren Schulen, Universitäten, Unternehmen, Gemeinden, Vereinen. Wir müssen ihnen mehr zutrauen, sie machen lassen.

Und was es dazu auch noch braucht: *Optimismus*. Nicht als weltfremde Schönrede, sondern als gelebte Haltung. Denn wer glaubt, dass Dinge besser werden können, handelt auch danach. Oder wie das der englische Physiker und Autor Sumit Paul-Choudhury auf den Punkt bringt: „Optimismus ist der beste Weg, Probleme zu lösen.“

Genau das ist unser Anspruch als Fachgruppe: *Wir wollen Kreativität in all ihren Erscheinungsformen fördern*. Neues Denken ermöglichen. Ein ebenso visionäres wie alltagstaugliches Netzwerk für Menschen mit Anspruch und Lust auf Zukunft sein. In unseren eigenen Berufsgruppen – und natürlich auch darüber hinaus.

Diese erste Ausgabe von *Create!* macht unsere Arbeit sichtbar und greifbar. Wir möchten unsere Mitglieder einerseits über wichtige Branchenthemen informieren, andererseits ist *Create!* ein leidenschaftlicher Appell an uns selbst und die gesamte Tiroler Wirtschaft: *Lasst uns nach Lösungen suchen, die uns weiterbringen!* Gute Kommunikation, gute Werbung, gutes Design tragen das Ihre dazu bei und sind kein Selbstzweck, sondern das, was unsere Welt zusammenhält. *Bessere* Ideen sind der Treibstoff für unsere gemeinsame Zukunft.

*Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation in der WK Tirol*

*Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation in der WK Tirol*



Input & Feedback

## Für *alle*: der Online-Frühstücks-Donnerstak



Hoch die Tassen: Das Team der Fachgruppe Werbung lädt erstmalig zum gemeinsamen virtuellen Kaffee. Eine Stunde lang wird künftig jeden Monat Zeit sein für einen Austausch unter Kolleg:innen.

13. November, 08:30 Uhr  
Teilnahme ganz einfach mit diesem Zoom-Link ➡



Newsletter

## Monatlicher Lesestoff

Er ist ein Deepdive in Themen, die wichtig sind: Einmal pro Monat landet der Themennewsletter der Fachgruppe in eurem E-Mail-Postfach. Während die digitale wöchentliche Servicepost der WKT aktuelle News in den Fokus nimmt, widmet sich der „große Newsletter“ meist einem Thema und berichtet ausführlich über branchenspezifische Themen.

In den vergangenen Ausgaben widmete sich die Redaktion bereits der Relevanz von Kreativpreisen, schrieb über die Kraft des Kollektivs, teilte Gedanken zum Pausemachen und animierte mit Longreads, Klicktipps und Impulsen zum Aus-, Weiter- und Fortbilden. Fachgruppenmitglieder erhalten den Newsletter automatisch. Auf dem LinkedIn-Kanal „Fachgruppe Werbung Tirol“ finden sich alle bisherigen Ausgaben zum Nachlesen.

Kreativwirtschaftsbericht 2025

# Die *Creative Industries* tun dem **Wachstum** gut

Die österreichische Kreativbranche mit **76.000 Unternehmen** und **208.000 Beschäftigten** entwickelt sich im **Jahr 2023\*** trotz schwieriger Lage besser als die Gesamtwirtschaft. Der Jahresumsatz stieg um **16%** auf **32,6** Milliarden Euro. Während die **Gesamtwirtschaft um 5,4% schrumpfte**, gingen die Umsätze der **Creative Industries nur um 3,5%** zurück. Die **Beschäftigung wuchs sogar um 0,9%** – stärker als im Durchschnitt. Ganze **13%** aller österreichischen Unternehmen gehören den Creative Industries an. — Die **Kreativwirtschaft Austria – kurz KAT** – setzt sich für Kreativschaffende aus **Architektur, Musikwirtschaft, Buch & Verlagswesen, Radio & TV, Design, Software & Games, Film & Fotografie, Werbung und den Markt für darstellende Kunst** ein. Der neue Bericht macht erneut deutlich, wie wichtig „die Kreativen“ als Ideengeber:innen und Innovator:innen für die Gesamtwirtschaft Österreichs sind. ➡ [kreativwirtschaft.at](https://kreativwirtschaft.at)

\* Die Datengrundlage des Kreativwirtschaftsberichts 2025 bezieht sich überwiegend auf die Jahre 2022/2023.



Netzwerken

## Besser ist es *anders*.

Ursprünglich als Idee in der Wiege der Fachgruppe Werbung geboren, durfte das *kreativland.tirol* seit 2020 als Teil der Standortagentur Tirol laufen lernen. Unter dem Begriff *kultur.kreativ.tirol* will die Standortagentur künftig neue Impulse für Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft in Tirol setzen. Und auch die Fachgruppen der WK Tirol werden künftig noch enger mit diesem Netzwerk zusammenarbeiten. Demnächst mehr.

➡ [kreativland.tirol](https://kreativland.tirol)

Swiper-Umfrage

## KI × Kreativität

Beeinflusst GenAI eure Auftragslage? Wie und wozu nutzen Agenturen und Freelancer KI tatsächlich? – Diese und weitere Fragen stellt unsere aktuelle Umfrage. Mit dem Fachgruppen-Swiper habt ihr die Chance, die Schwerpunkte der Branche aktiv mitzugestalten. Schnell und intuitiv per Fingerwisch. Die Meinungen und Ergebnisse fließen direkt in die Arbeit der Fachgruppe ein.

Code scannen & mitmachen:



Weiterbildung

## 200 Euro Gutscheine

Holt euch jetzt noch Unterstützung für eure Weiterbildung 2025 mit den Kreativ-Bildungsgutscheinen vom WiFi im Wert von je 200 Euro, es sind noch einige wenige verfügbar! – Anfordern und einlösen können sie Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, der Innung der Berufsfotografen und der Fachvertretung Film- und Musikwirtschaft. Auch 2026 wird diese Aktion der Fachgruppen fortgeführt.

**Alles auf einen Blick.** Wer sich über alle Kreativkurse am WiFi informieren möchte, kann das jetzt noch einfacher tun: Alle branchenrelevanten Kurse, Workshops und Lehrgänge sind ab sofort übersichtlich auf einer Seite angeführt:

Sichert euch jetzt die 2025 noch verfügbaren Bildungsgutscheine ➡





AI für alle

## Das war das erste KI-Café in Kufstein



Ende Oktober war es so weit: Das erste KI-Café ging über die Bühne. Ein neuer Treffpunkt für Neugierige, Unternehmer:innen, Forschende und Expert:innen, um in entspannter Atmosphäre mehr über Künstliche Intelligenz zu erfahren. Nach zwei kurzen Impuls-Talks tauschten sich die Teilnehmer:innen mit KI-Expert:innen aus, probierten Tools und stellten Fragen. Mit dabei in der Wirtschaftskammer Kufstein waren *Fraunhofer Austria*, das *WIFI*, *digital.tirol* und die *Fachhochschule Kufstein*. Initiiert und organisiert haben das KI Café die Fachgruppen *Werbung* und *UBIT* mit WKT-Kufstein Obfrau Sonja Altenburger. – Der nächste Termin:

15. Jänner 2026, 18:00 Uhr, Innsbruck, WEI SRAUM. Designforum Tirol

TreffPunktText

## Der neue Wert der Wörter

Text ist kein schmückendes Beiwerk. Er ist das Herzstück gelungener Kommunikation. Diese Überzeugung eint die Copywriter:innen hinter *TreffPunktText* – eine Initiative, die Branchentalk und Netzwerkplattform zugleich ist. Und dem Ziel dient, dem „Wertstoff Wort“ in Zeiten von KI-Texten und Copy-Paste zu mehr Sichtbarkeit und Wertschätzung zu verhelfen. – Der nächste Termin:

2. März 2026, 18:00 Uhr, Innsbruck, WEI SRAUM. Designforum Tirol  
➡ [treffpunkttext.com](https://treffpunkttext.com)

Info

## So viele: Wir alle sind die *Fachgruppe Werbung*

**Zweitausendachthundertzweiundsechzig:** die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Tirol zählt zu den größten Interessenvertretungen innerhalb der Tiroler Wirtschaftskammer. — Aber wer gehört eigentlich dazu? Hier ein Überblick samt aktueller Zahlen:

Berufsgruppe	Aktiv	Ruhend	Insgesamt	Ruhend (%)
Werbeagentur	1863	181	2044	8,9
Werbearchitekt	47	8	55	14,5
Werbegrafik-Designer	374	47	421	11,2
Ankündigungsunternehmen	135	16	151	10,6
Werbemittelverteiler	18	5	23	21,7
Public-Relations-Berater	90	27	117	23,1
Adressenverlage & Direktwerbeunternehmen	19	–	19	–
Markt- & Meinungsforschung	52	8	60	13,3
Werbetexter	66	4	70	5,7
Werbungsvertreter	11	3	14	21,4
Werbemittelhersteller	7	1	8	12,5
Event-Marketer	41	5	46	10,9
Multimedia-Agentur	135	14	149	9,4
Sponsoring-Agentur	4	–	4	–
Summe (Stand 30.09.2025)	2862	319	3181	10,0



Service

## Faire Pitches, please!

Transparent, fair, professionell – so und nicht anders sollen Vergabeverfahren und Ausschreibungen für Aufträge ablaufen. Schon in den vergangenen Jahren konnte die Fachgruppe in Kooperation mit dem *WEI SRAUM. Designforum Tirol* neue, österreichweit ausstrahlende Standards für Wettbewerbe öffentlicher Auftraggeber setzen.

Nun gilt es, auch bei privaten Unternehmen das Bewusstsein für gute Briefings und Rahmenbedingungen (einschließlich notwendiger Abschlagshonorare!) bekannt

Kreativität

## Das Fö N-Festival 2026

Frischer Wind für Tirols Kreativfestival: Von 24.–26. September 2026 findet die dritte Ausgabe des Fö N-Festival nun erstmals in St. Bartlmä im Innsbrucker Süden statt: mit neuer Location, weiterentwickeltem Konzept und frischen Impulsen. — Und für alle, die ihre Ideen dazu einbringen möchten: Der **Fö N-Festival Lunch** am 18. Nov. 2025 von 12:00–14:30 Uhr in St. Bartlmä/Halle 6 ist eine gute Gelegenheit dazu.

➡ [foehn-festival.org](https://foehn-festival.org)

zu machen. Denn: Sauber durchgeführte Gestaltungswettbewerbe bzw. Vergabeprozesse sind ein wichtiger Teil des kreativen Prozesses einerseits zur Ideenfindung, andererseits geht es immer auch um die Suche nach dem passenden Partner. Wenn Sie Interesse an einer Beratung haben, kontaktieren Sie uns:

➡ [werbung@wktirol.at](mailto:werbung@wktirol.at)

Und übrigens: Auch die WKT hat kürzlich eine Landingpage mit aktuellen Ausschreibungen aus dem Haus veröffentlicht:

➡ [WKO.at](https://wko.at)

Fotografie

## Landespreise vergeben

Knapp 500 Tiroler Fotograf:innen reichten insgesamt 3.500 Fotos ein, eine Fachjury bewertete die Arbeiten und im September war es dann so weit: Die Berufsfotograf:innen kürten ihre Landessieger:innen. Heuer neu dabei: „Sport“ und „AI Fusion“. – Erfolgreich war etwa der Innsbrucker Fotograf Gregor Beck: Er gewann die Kategorie „Natürliches Portrait“ (Foto).

➡ Die Gewinnerarbeiten werden von 22.1. – 20.2.2026 in der Passage der WKT in Innsbruck ausgestellt.



Wärmstens zu empfehlen

## Designforum WEI SRAUM

Die Fachgruppe Werbung unterstützt diesen Fixstern der Tiroler Gestaltungsszene seit vielen Jahren. Fachgruppenmitglieder bekommen Ermäßigungen auf alle Workshops, im Herbst etwa zu den Themen „Data Storytelling“, „How To TikTok“ oder „Barrierefreiheit“. Das gesamte Programm online:

➡ [weissraum.at](https://weissraum.at)

Service

## Haftpflichtversicherung für Kreative

Wer in der Werbe- und Medienbranche tätig ist, trägt Risiken: Datenpannen, Urheberrechtsverstöße oder Cyberangriffe können Schadensersatzforderungen nach sich ziehen. Infenco bietet mit „PRO MEDIA“ eine Haftpflichtversicherung, die gemeinsam mit der Fachgruppe Werbung Tirol entwickelt wurde.

Code scannen & informieren:





# Mensch,

**Sie** ist da und sie geht so schnell nicht mehr weg: Künstliche Intelligenz ist dem menschlichen Gehirn an Kapazität und Leistung längst überlegen. Fakt ist auch: Die hochkomplex kombinierten und orchestrierten Algorithmen sogenannter *Large Language Models* (LLMs) bringen Erstaunliches hervor. Zur Omnipräsenz KI-generierter Bilder, Videos oder Texte wurde bereits und wird auch weiterhin viel gesagt und geschrieben. Das ist gut so, denn nur wenn sich kluge Köpfe über dieses Thema Gedanken machen, können wir die Zukunft ganzer Branchen und den Wert ihrer Leistungen sichern.

Einer der hellsten und besonnensten KI-Köpfe im deutschsprachigen Raum gehört der gebürtigen Münchnerin Barbara Lampl. Sie ist Verhaltensmathematikerin und beschäftigt sich als Data und AI Specialist seit den frühen 2000er Jahren mit dem komplexen Zusammenspiel aus menschlichem Gebaren und numerischen Daten. Heute lebt sie in Köln, bildet KI-Trainer:innen aus und jettet für internationale Kund:innen um den Globus. Wir erwischen sie per Zoom-Call kurz nach ihrer Rückkehr aus San Francisco im Büro in Köln und tauschen uns über die Chancen und Stolpersteine künstlicher Intelligenz für Kreative und ihre Kund:innen aus.

**Wir sind Teil einer Revolution.** Viele Kreative in Tirol haben die transformative Wucht der *Gen AI* (Generative künstliche Intelligenz) früh erkannt und setzen sich auf verschiedene Art und Weise mit Tools und Workflows sowie den Möglichkeiten und Grenzen dieser bahnbrechenden Technologie auseinander. Was noch vor wenigen Monaten jede Menge an Zeit, Geld und Know-how verlangt hat, lässt sich nun in einem Bruchteil der Zeit replizieren.

Barbara Lampl nennt diese Entwicklung einen „Demokratisierungsprozess“. Sie warnt jedoch vor einem Schönreden der Situation: „Je



**Künstliche Intelligenz transformiert das Selbstverständnis unserer ganzen Branche. Kreative und ihre Kund:innen dürfen gemeinsam neue Chancen ergreifen und Herausforderungen meistern. Ein Gespräch zwischen der Expertin *Barbara Lampl* und Anna-Maria Stiefmüller über die Zukunft der Kreativwirtschaft im neuen Zeitalter der KI.**

Das Interview in voller Länge zum Nachlesen sowie als Video findet ihr hier



nachdem, womit man in den letzten Jahren seine Brötchen verdient hat, kann das schon relativ dramatische Auswirkungen haben“. Damit spielt sie auf die arg strapazierte Phrase an, „dass Jobs der Kreativbranche nicht sterben, sondern sich nur wandeln würden“.

Wir wollen wissen: Lässt sich das, was wir derzeit mit *CbatGPT*, *Nano Banana*, *n8n* und Co. erleben, mit dem Aufkommen des Internets oder der Massentauglichkeit von Software wie Photoshop vergleichen? Der Vergleich greife noch viel zu kurz, lautet Lampls prompte Antwort und sie sagt: „Wir sind in einer großen Revolution gelandet, die sich jetzt aber wie eine Evolution fortbewegt“. Da ist es nur mehr als verständlich, als Kund:in oder Kreativeschaffende:r sogleich den Kopf in den Sand zu stecken oder sich mit Gebrüll mitten hinein in die schöne, neue Welt stürzen zu wollen.

**Obacht, Toolfalle!** Die menschliche Neugier ist einer der originären Erfolgstreiber der menschlichen Spezies und grundlegende Voraussetzung für kreatives Schaffen. Wer einmal begonnen hat, mit Gen AI zu experimentieren, unvoreingenommen und ergebnisoffen exploriert und ausprobiert, kann nur gewinnen. Reflexartig ganze Marketingabteilungen zu entlassen oder langjährige Verträge mit Werbeagenturen aufzukündigen, sind hingegen denkbar schlechte Ideen. Es wäre schlicht „Unsinn“, sagt Barbara Lampl und meint: „Das ist ein Denken in Extremen nach dem Motto – jetzt haben wir einen Hammer und schlagen damit eine Schraube in die Wand“. Unternehmen tapen zunehmend in die Tool-Falle und sitzen dem so genannten Shiny-Object-Syndrom („Es ist neu, es glänzt, ich muss es haben!“) auf. Dagegen hilft die simple Frage: Gibt es eine einfache Lösung für mein Problem oder will ich die KI jetzt des hippen Tools wegen nutzen?

„Grundsätzlich ist diese Tool-Schlacht das Schlimmste, was man sich antun kann, weil man sich damit nicht auf das konzentriert, was man eigentlich tun müsste“ sagt Barbara Lampl auf die Frage, worauf wir unseren Fokus im Umgang mit KI legen sollen. Das Unternehmer:innen-tum tut gut daran, die Diskussion in Richtung einer KI-Kompetenz zu verlagern und sich nach Kräften dafür einzusetzen, ein Verständnis für die Funktionsweise generativer KI über alle Berufsgruppen und Bevölkerungsschichten hinweg zu etablieren. „Man muss nicht zwingend Data Science studieren, aber bestimmte Grundlagen sind notwendig, um nicht immer nur dem nächsten Tool hinterherzuhecheln“, plädiert Barbara Lampl, die selbst als Dozentin und Trainerin tätig ist.

Wer die Technologie mit Erwartungen überfrachtet, wird ihr Potential nie voll ausschöpfen können. KI ist zwar eine disruptive Grundlagentechnologie, aber kein goldenes Kalb oder gar ein allmächtiges Überwesen. Barbara Lampl hat den Mythen rund um die Maschine den Kampf angesagt: „AI versteht nicht wie ein Mensch, das ist Tokenisierung, Vektorisierung, Embeddings, Transformer und hartes Deep Learning“, entzaubert sie die humane Anmutung der Sprachmodelle.

**Neue Workflows, alte Tugenden und Hürden für den Nachwuchs.** Kreative sind derzeit doppelt gefordert: Auf der einen Seite gilt es, mit geschultem Blick und einem über Jahre entwickelten Gespür für gute Gestaltung die Qualität der eigenen Arbeit hochzuhalten. Zugleich müssen sie sich ein völlig neues Skill-Set aneignen: Wer verstanden hat, dass LLMs Texte, Bilder und Videos auf Basis von Wahrscheinlichkeiten und Trainingsdaten erzeugen, landet schnell bei der Frage, wie man effizient zum gewünschten Ergebnis kommt. Bis die KI tatsächlich Zeit spart, frisst sie nämlich Unmengen davon. Das

Aufsetzen einer sicheren Arbeitsumgebung und sauberer Prozesse ist ein erhebliches Investment. „Das ist für viele die größte Herausforderung“, weiß Lampl und animiert dazu, „Arbeitsabläufe und ganze Workflows komplett neu zu denken, um die eigene Note, die eigene Handschrift, die Empathie und die Kreativität in einem anderen Rahmen sauber zum Einsatz zu bringen.“

Wenn uns das gelingt, dann besteht eine reale Chance, aus dem Einheitsbrei – dem „AI-Slob“, wie Lampl schlechten und immergleichen KI-Content nennt – zu entsteigen und mit exzellenter gestalterischer Arbeit messbaren Mehrwert zu bieten. „Wir alten Hasen bringen verdammt viel Berufserfahrung, Kreativität, Nuancierungen und Expert:innenwissen mit. Nichts davon haben die Maschinen“, sagt Lampl und attestiert den erfahrenen Kreativen einen Wettbewerbsvorteil: „Das ist gemein, denn die Maschinen sind auf einem Niveau, bei dem sich Berufseinsteiger:innen schwertun, mitzuhalten“. Aber: „Das heißt nicht, dass wir diese Berufseinsteiger:innen links liegen lassen können, denn die Maschine kommt alleine auch nicht weiter.“ Die iterativen, im Verlauf der Arbeit immer weiter zu präzisierenden Prozesse, die bei der Arbeit mit AI gefragt sind, verlangen Klarheit, Strategie und Struktur und sind allesamt Techniken und Fähigkeiten, die gute Gestalter:innen seit jeher hegen und pflegen.

**„Wer noch nicht angefangen hat, soll anfangen. Wer schon mittendrin ist, soll an seinen Skills arbeiten. Und: Community und Austausch!“**

**Treibt Europa als abgehangene Nusschale am Meer wilder KI-Entwicklungen?** „Wir hängen uns selbst ab. Ob ich OpenAI in den USA über die Schnittstelle abrufe oder Claude irgendwo in Tirol – das macht keinen Unterschied. Der Zugang ist derselbe“, meint Barbara Lampl. „Wie ich das Ganze angehe, mit welchem Interesse, mit welchem Antrieb, mit welcher Geschwindigkeit – das macht einen Unterschied.“

Den Tiroler Kreativen und ihren Kund:innen gibt Lampl mit auf den Weg: „Wer noch nicht angefangen hat, soll anfangen. Wer schon mittendrin ist, soll an seinen Skills arbeiten und um Gottes willen: Community und Austausch. Niemand ist auf dieser Reise alleine!“ – Wenn die Branche also willens und fähig ist, sich schnell zu adaptieren und ganz im Sinne proaktiver Resilienz KI in ihr Geschäftsmodell integriert, gewinnen alle: Die Kund:innen, die Kreativen und Kreativität per se.

Wenn wir einen digitalen Humanismus wollen, muss uns klar werden: Kreativität lässt sich nicht an die Kette legen, in Formeln gießen oder in Agenten bannen. Bis sie wieder frei fließen kann, dürfen sich Kund:innen und Kreative gemeinsam durch diesen Wachstumsschmerz atmen. Dabei hilft eine ordentliche Portion Wertschätzung. Bei allem Respekt für die Fähigkeiten der Maschine, die exakt das tut, was man ihr sagt: Es sind Menschen, die über sich hinauswachsen – wenn man sie nur lässt. ◀◀



Anna-Maria Stiefmüller ist Texterin und Stellvertretende Obfrau der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation Tirol

# Maschine!



# Sag' zum Abschied laut — „Servus“

Wer einen hat, darf stolz sein: Der **Tirolissimo** ist der Gradmesser für das Können und die Innovationskraft heimischer Werbung, Kommunikation und Design. Am 7. Oktober verabschiedete die Kreativwirtschaft in der Messe Innsbruck den seit 1989 vergebenen Preis und ließ die Gewinner:innen hochleben. **Wir präsentieren alle Siegerprojekte.**

**12** internationale Fachleute sichteten und diskutierten, analysierten und bewerteten im September 328 Einreichungen. Am Ende nominierten sie 56 Tiroler Kreativarbeiten in 20 Kategorien, die 17 Gewinner:innen wurden am 7. Oktober im Innsbrucker Congress gekürt. Eine Frage sorgte dabei für zusätzliche Spannung: Ist das wirklich der letzte Tirolissimo?

**Der Tirolissimo war auch dieses Jahr mehr als eine Preisverleihung:** Als Leistungsschau exzellenter Kreativarbeit aus Tirol und als ein Fest für Tirols Werbemacher:innen, Designer:innen und ihre Kund:innen gelang „dem letzten seiner Art“ erneut ein Brückenschlag und stellte unter Beweis: Gute Gestaltung verbindet.

**Die Sujets im Vorfeld** – erdacht und gemacht von den Agenturen ACC und BMW – sorgen für Gesprächsstoff (siehe »Nachsatz« auf Seite 13). So sehr der Landeswerbepreis in den letzten drei Jahrzehnten auch Kontroversen auslöste: Die Erleichterung war spürbar, als schließlich die Botschaft einer „Wiedergeburt“ in neuer Form im Jahr 2027 die Runde machte. Wenn sich Kommunikation und Ausdrucksformen beständig wandeln, dann dürfen (müssen!) sich auch Kreativpreise mit ihnen wandeln.

**Wie es weitergehen wird?** Im ersten Halbjahr 2026 sammeln wir Ideen (wozu natürlich auch alle Fachgruppenmitglieder eingeladen werden!), dann wird das neue Konzept ausgearbeitet. Wir halten euch auf dem Laufenden.

Detaillierte Beschreibungen  
und zahlreiche Abbildungen zu allen  
Siegerprojekten findet ihr hier →



## T1 Werbekampagne

**Angi Reisinger Studio // VVT Verkehrsverbund Tirol // Für ein besseres Klima**



It's soooo fluffy! Eine Kampagne, die schon beim Ansehen ein gutes Gefühl erzeugt und somit ihren Claim „Für ein besseres Klima“ nicht nur konzeptionell sondern auch optisch perfekt erfüllt.

## T2 Low Budget Kampagne

**Studio 2ofour // Interessensgemeinschaft Matrei Markt // Matrei Markt**



Ein sehr schönes Beispiel, wie man Owned Media für ein Projekt nachhaltig nutzt. Partizipativ, involvierend und den lokalen Spirit stärkend. Matrei Markt zeigt, wie man mit sehr wenig sehr viel erreicht.

## T4 Visual / Video-Spot

**TreeTop Baumgartner Karbon // VVT Verkehrsverbund Tirol // Für ein besseres Klima**



Es gab europaweit nur eine bemerkenswerte Kampagne für Öffis. Jetzt gibt es die Flauschis in Innsbruck. Mit der schönen Doppeldeutigkeit: „Für ein besseres Klima“. Im Miteinander. Und für die Umwelt.



T5 Imagefilm

**OneManAgency** // Nissan Italy // *The Next Door Pioneer*



Ein hochsensibler, entspannter Imagefilm in einer derzeit extrem aufgeregten Produktkategorie. Aufgeregt wie ein Hühnerhaufen. Die Automobilbranche. Doch hier wird mit der ruhigen, großen Kraft des Elektroantriebes gearbeitet.

T6 Real Life Promotion

**northlight** // Red Bull // *Red Bull Flüüüügelsuche*



Die Challenge: Rätsel zu kreieren, die so schwierig sind, dass Streamer diese nur mit Hilfe ihrer gesamten Community lösen können. – Diese Promotion hat den perfekten Weg in die digitale Welt gefunden – kreativ und zeitgemäß.

T7 Werbefotografie

**Dominik Pfeifer** // Creativ Club Austria // *FCCA: Die Macht der Anziehung*



Was die Kraft der Werbefotografie im Zeitalter KI-generierter Bilder ausmacht? – Hier wird sie sichtbar! Ein herausragendes Konzept, konsequent durchgezogen. – Wer so ausdrucksstark und eigenständig arbeitet, kennt keine Angst vor künstlichen Bildern.

T8 Singleshot

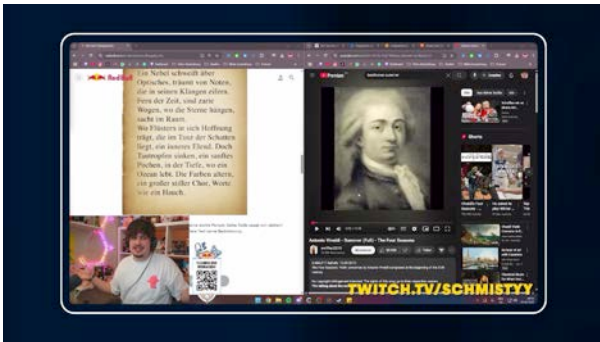
**[woitatscher]** // Gemeinde Kössen // *Einladung Bildungszentrum Kössen*



Da kommt ein Schulheft an. Was ist das? Eine wunderschön gestaltete Einladung. Wohin lädt das Schulheft ein? In das Bildungszentrum Kössen. – Und wie sie das tut!

T11 Event

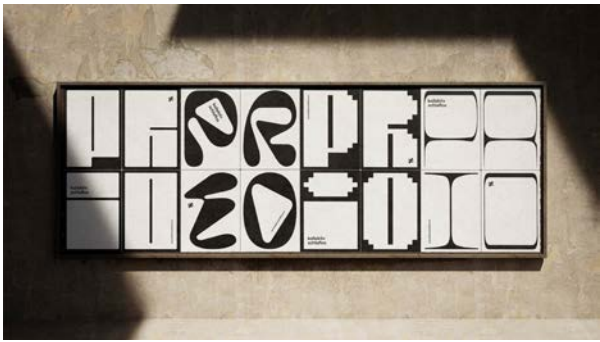
**northlight** // Red Bull // *Red Bull Flüüüügelsuche*



Ein Event im Internet? Ja, und wie. Ein Event mit Schneeballeffekt. Ein Event, das die Community aus den Gamersesseln gerissen und zur Kooperation gebracht hat. Hochkomplex, spannend, aktuell und ganz und gar die Red-Bull-Idee weitergedacht. Wow.

T12 Plakat

**Timo Asch, Bastian Gasser, Florian Weger** // FH Salzburg // *PRIO*



Die negativen Auswirkungen des alltäglichen Stresses in einem Plakat zu verdeutlichen, ist kein einfaches Unterfangen. Aber hier ist es gelungen – frisch, innovativ, interaktiv. Plakat auf Next Level. Bravissimo!

T13 Editorial Design

**BÜRO RENE** // Miguel Walch // *Ulrich Baumann*



Ein wunderschönes, leises Buch mit viel Tiefgang, das uns am Klappentext sofort berührt hat. Sorgfältig gestaltet, schöne Typografie und eine emotionale Lebensgeschichte über einen Vater, Opa und Uropa.

T16 Sujet

**Studio 20four x ICARUS** // Creativ Club Austria // *CCA: Die Macht der Anziehung*



Ein Sujet, das die unsichtbare, aber starke Verbindung zwischen Kreativen, ihren Arbeiten, Kund:innen und Talenten visualisiert. Der messbare Erfolg: Noch nie gab es beim CCA so viele Einreichungen wie bei dieser Ausgabe 2024.

T20 Applications

**Timo Asch, Bastian Gasser, Florian Weger** // FH Salzburg Tirol // *PRIO*



Eine App, die nicht nur in Sachen UX/UI Maßstäbe setzt, sondern vor allem ein gesellschaftlich hochbrisantes Thema – den alltäglichen Stress – kommunikativ exzellent veranschaulicht und die Menschen dafür sensibilisiert.

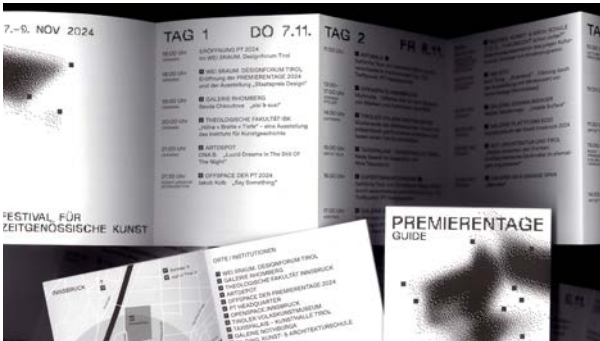
# Alle haben gewonnen – auch die Nominierten

Mit dem Tirolissimo ist es wie mit den Oscars: Am Ende gibt es in jeder Kategorie nur eine:n Sieger:in. Aber auch wer von der Jury aus über 300 Einreichungen mit einer Nominierung bedacht wurde, zählt zu den Gewinner:innen und verdient redlich Applaus:

<p>T1 Werbekampagne</p> <p><b>Saint Elmo's Tourism</b> Ötztal Tourismus / Bergbahnen Sölden <i>Sölden – Icon of the Alps</i></p> <p><b>Studio 20four x ICARUS</b> Creativ Club Austria <i>Die Macht der Anziehung</i></p>	<p>T11 Event</p> <p><b>Aberjung</b> Innos GmbH <i>Peter Bruckner Preis</i></p> <p><b>P3 Event</b> Bergbahnen Fieberbrunn Gesellschaft m.b.H. <i>Picknick Konzerte am Berg</i></p>	<p>T16 Sujet</p> <p><b>northlight</b> Anna Decker Anna Decker</p> <p><b>Rosanna Schmidle   RODES</b> IG Autorinnen Autoren Tirol <i>Poesie zeigt Flagge</i></p> <p><b>Angi Reisinger Studio</b> VVT Verkehrsverbund Tirol <i>Für ein besseres Klima</i></p> <p><b>Plural</b> Innsbruck Marketing GmbH <i>Bridge Beat Festival</i></p>
<p>T2 Low Budget Kampagne</p> <p><b>himmel. Studio für Design und Kommunikation</b> Österreichisches Kuratorium für Alpine Sicherheit <i>Bike Kampagne</i></p>	<p>T12 Plakat</p> <p><b>Alina Noldin</b> Kult Bogen-Bar Yarostan</p>	<p>T18 Webauftritt</p> <p><b>Huangart   Design &amp; Code</b> Forward Creatives GmbH Forward Creatives</p>
<p>T4 Visual / Video-Spot</p> <p><b>northlight / KOOKIE</b> Ötztal Tourismus <i>Gurgl – Am Ende zählen die Details</i></p> <p><b>Aberjung</b> Glemmtalerhof <i>Glemmtalerhof</i></p>	<p>T13 Editorial Design</p> <p><b>Alexandra von Béry</b> Reportageschule Reutlingen GO</p> <p><b>Studio 20four x ICARUS</b> Creativ Club Austria <i>Die Macht der Anziehung</i></p> <p><b>himmel. Studio für Design und Kommunikation</b> aut. architektur und tirol Katstaller Buch</p> <p><b>mindpark advertising</b> Hannah Philomena Scheiber Universo Infinito – <i>Ausstellungskatalog</i></p>	<p><b>Aberjung Digital &amp; Aberjung</b> Glemmtalerhof <i>Glemmtalerhof Website</i></p> <p><b>Huangart   Design &amp; Code</b> Marktgemeinde Lustenau Bauerbe Lustenauer Stickerhäuser</p>
<p>T5 Imagefilm</p> <p><b>Hoch3 Filmproduktion</b> Kitzbühel Tourismus <i>Die Kitzbüheler Südberge</i></p> <p><b>Tom Jank Network</b> WK Tirol <i>Manifesto</i></p>	<p>T6 Real Life Promotion</p> <p><b>Studio Max &amp; wunu webLab</b> Bierol GmbH <i>Bierol BierTour</i></p>	<p>T19 Online Marketing</p> <p><b>Simonpc Agency</b> Fish World Vlissingen Fish World Vlissingen – <i>Wellen schlagen in der digitalen Strömung</i></p> <p><b>Studio 20four</b> iDM Energiesysteme GmbH <i>iDM intelligente Wärmepumpen x Marko</i></p>
<p>T7 Werbefotografie</p> <p><b>Aberjung</b> Gannerhof <i>Gannerhof Sautanz</i></p> <p><b>himmel. Studio für Design und Kommunikation</b> edition himmel <i>inwendig</i></p>	<p>T14 Corporate Design</p> <p><b>himmel. Studio für Design und Kommunikation</b> Land Tirol <i>snow.institute</i></p> <p><b>northlight</b> easybooking <i>easybooking</i></p> <p><b>die.lis Design Studio</b> Laura Gallonetto <i>Sudetendeutsche Hütte</i></p> <p><b>Angi Reisinger Studio</b> Familie Brabant, Gerlos <i>Urlaub geht Gerlos</i></p>	<p>T20 Applications</p> <p><b>Achensee Tourismus</b> Wanderweggemeinschaft Achensee <i>Achensee Wegepaten App</i></p> <p><b>wunderweg</b> wunderweg <i>wunderweg</i></p>
<p>T8 Singleshot</p> <p><b>Aberjung</b> Aberjung GmbH Locker</p> <p><b>Plural</b> Plural <i>Plural Times – 10-Year Anniversary</i></p> <p><b>northlight</b> northlight <i>northlight</i> <i>Weihnachtsmailing</i></p>	<p>T15 Produktdesign / Verpackungsdesign</p> <p><b>reell kommunikations-design</b> Kaufmann Spirits GmbH <i>Kaufmann Spirits</i></p> <p><b>florianmatthias</b> 21energy <i>Ofen 2</i></p> <p><b>Aberjung</b> Manta <i>Manta</i></p> <p><b>northlight</b> Gristalpin Gristalpin Edelbrände &amp; <i>Liköre</i></p>	

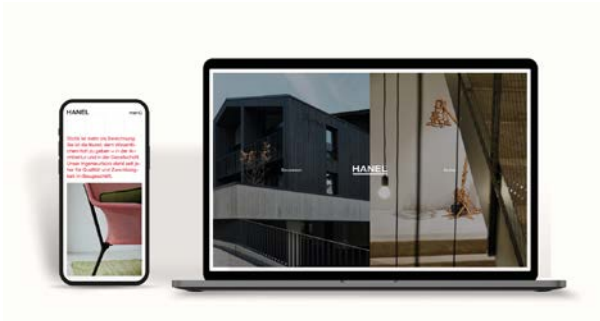


T14 Corporate Design  
**CIRCUS. Büro für Kommunikation & Gestaltung**  
// PREMIERENTAGE – Wege zur Kunst



Eine gelungene Verbindung zwischen zeitgeistigem Design und konzeptioneller Klarheit. Es bewegt, es löst auf und findet sich wieder. Das CD ist in den verschiedenen Touchpoints konsequent durchgezogen – mit starker Wiedererkennung.

T18 Webauftritt  
**Plural // Hanel Ingenieure //**  
*Hanel Ingenieure*



Eine Website für ein Bauingenieursbüro? – Uff, wie langweilig. – Wie langweilig? – Moment, es geht auch anders! – Diese Website zeigt, dass sich selbst trockene Themen mit einer starken Idee und einer tollen Gestaltung wunderbar umsetzen lassen.

Junior Award  
**Lilli Ingruber // Fahrschule Peter //**  
*Mach Kilometer mit Peter.*



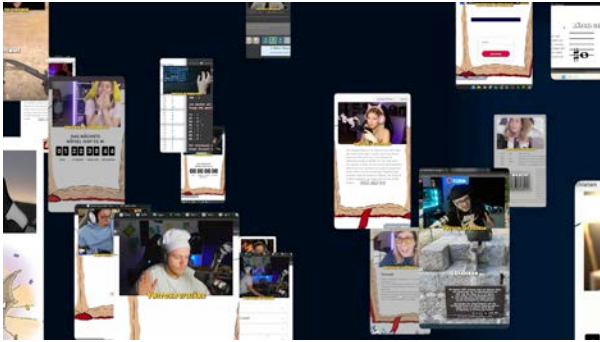
Ein Kampagnenkonzept einer jungen Designerin – für junge Menschen! – Feine Grafik und eingängige Botschaften, die Neulingen die Angst vor dem ersehnten Führerschein nehmen. Ab jetzt also keine Ausreden mehr.

T15 Produktdesign / Verpackungsdesign  
**Aberjung GmbH // 5ive-sports //**  
*first.era by 5ive-sports*



Die Skitourenbindung überzeugt durch starke Reduktion, klare Formsprache, Innovation und Nachhaltigkeit. Sie sticht aus dem Mitbewerb heraus und punktet mit Kompromisslosigkeit und Leichtigkeit.

T19 Online Marketing  
**northlight // Red Bull //**  
*Red Bull Flüüügelsuche*



So muss Online-Marketing. Und Social Media sowieso. Die Red Bull-Flüüügelsuche spielt meisterlich die ganze Klaviatur sämtlicher digitaler Engagment- und Involvement-Instrumente. Chapeau!

Kund:in des Jahres  
**Bierol**  
*Zeitgemäße Bierkultur, die überrascht*



Das Unternehmen aus dem Tiroler Unterland steht für eine Bierkultur, die experimentiert, Grenzen sprengt und überrascht. Auch in der Kommunikation sticht Bierol hervor: Gemeinsam mit lokalen Agenturen bleibt man auch hier der Region treu.

Nachsatz

# Wir haben den Tirolissimo zu Grabe getragen. *Nicht unsere Kreativität.*

**Jetzt** bist du tot“ lautete die letzte Zeile eines Instagram-Posts rund um den heurigen Tirolissimo, der einen Grabstein mit dem Titel „In liebevoller Erinnerung an die Fotografie (1826–2025)“ zeigte. Dieser und ähnliche Posts sorgten für Diskussionen. Warum tragen wir etwas zu Grabe? Was geht zu Ende? – Ich, du, wir, unsere gesamte Branche, jetzt, da manche sagen, durch die KI werde menschliche Kreativität überflüssig?

„Jetzt bist du tot“ ist eine heftige Aussage, egal worauf sie sich bezieht. Und natürlich wollten die Kampagne und das Motto zum diesjährigen Tirolissimo niemanden tot sehen – die Fotografie nicht, ebenso wenig Film, Grafikdesign, Konzeption oder Textarbeit. Mit etwas Selbstironie nehmen sie dagegen Abschied von Sichtweisen, die offenkundig nicht mehr in der Lage sind, aktuelle Entwicklungen angemessen zu beschreiben: Wer sagt, KI mache Fotografen, Designerinnen, Konzeptionisten oder Texterinnen bald überflüssig, zeigt damit eher, wie wenig dieses Thema und dessen Herausforderungen angemessen reflektiert werden.

**Wiederauferstehen soll (und muss) dagegen ein zeitgemäßer Blick auf das, was die KI für uns als Kreative heute bedeuten könnte, abseits technischer oder angstgetriebener Zugänge.** – Also zum Beispiel Fragen in der Art: Was ist ein „echtes“ Bild einer Fotografin, eines Fotografen im Unterschied zum KI-generierten, und welche Bedeutung hat das für eine glaubwürdige Werbung (beispielsweise im Tourismus)? Was unterscheidet einen „echten“ Text eines Menschen (der gerne unter Zuhilfenahme der KI entstehen kann) von einem, der ungeprüft aus der KI stammt – und wer übernimmt dafür die Verantwortung? Wer entwickelt morgen gemeinsam mit seinen Kund:innen eine „Brand Story“ und formt daraus allmählich eine neue visuelle Identität – die KI oder Grafikdesigner:innen, die realen Kund:innen (Menschen!) gegenübersetzen und die gemeinsam lange darüber nachdenken, was das eigentlich sein könnte – *Identität?* – Wo findet man verifizierte Inhalte, wenn KI-generierte Slops das Internet in rasender Geschwindigkeit nahezu unbrauchbar machen (wovor viele Expert:innen warnen) und gewissenlose Werbende wie deren politischen Zwillinge, die Populist:innen, genau diesen Fakeschund für ihre niedrigen Ziele nutzen? – Das sind einige der Fragen, die wir durch die KI gestellt bekommen. Es sind existenzielle Themen, die an unserem Selbstverständnis als Kreative und Bürger:innen rühren.

Momentan ändert sich der Blick auf das, was menschlich ist, und kurioserweise hilft vielleicht gerade die KI dabei, sich dieses „Menschlichen“ wieder bewusster zu werden: Als

die Fotografin, die viel Zeit damit verbringt, sich auf die Suche nach einem „authentischen“ Bild zu machen; den Texter, der nach langem Hin und Her dann doch diesen einen Claim findet, der, fern jeder Logik, jahrzehntelang begeistert („Gehört gehört“ – dieser großartige Claim stammt vom ebenso großartigen Schriftsteller Wolf Haas); die Designerin, die sich mit Hingabe einer Infografik widmet, um schwierige Themen in ein einfaches, verständliches Bild zu bringen, weil sie möchte, dass Menschen die Welt verstehen können, um Fakemeldungen nicht auf den Leim zu gehen; den Konzeptionisten, der sich nicht damit zufriedengibt, mit halbseidenen und halbabgeschauten Ideen die mutlosen Erwartungen der Kund:innen zu bestätigen und stattdessen den Mumm hat, unangenehme Fragen zu stellen, die ihn schließlich zu einer tollen Kampagne führen. – Das ist es, wie wir auf die KI reagieren müssen. Wie ein Hase, der auf der Flucht Haken schlägt, die man kaum für möglich hält, können wir mit unserem kreativen menschlichen Geist Haken schlagen, die den oberflächlichen Logiken der Algorithmen zuwiderlaufen. Dorthin, wo uns die KI eben gerade nicht folgen kann – in die Weiten der überraschenden Ideen, unlogischen Schlüsse und glaubwürdigen, *menschlichen* Kommunikation.

**Die KI zwingt uns Kreative also dazu, anders zu denken, besser zu werden und klüger zu gestalten.** Die KI zwingt uns auch dazu, anders auf die „echte“ Welt und uns Menschen zu schauen – und nicht nur auf die ach so wichtigen Social-Media-Feeds und hochgediminten Behance-Mockups, um Ideen und Inspiration zu finden („The Art of Looking Sideways“ nannte dieses spezielle, „kreative“ Schauen auf die Welt der britische Designer Alan Fletcher einmal). Ideen, die Menschen berühren und miteinander in Verbindung und Resonanz bringen. – Das ist es, worauf wir trotz der lässigen Hilfe, die wir (wie auch andere Wirtschaftszweige) durch KI bekommen, achten müssen. – Und das ist es auch, was kluge Leute den *Digitalen Humanismus* von morgen nennen und den zu entwickeln unsere Aufgabe als Kreative ist, um die KI einerseits zu kultivieren, andererseits als (hoffentlich) hilfreiches Werkzeug zu nutzen.

Und nicht zuletzt: Alle Tätigkeiten, die von „echten“ Menschen ausgeführt werden, kosten auch etwas, weil Kreative genauso wie Steuerberater oder Installateure essen müssen, Wohnungen mieten oder Urlaub machen. Und wie diese brauchen sie dafür Geld, wovon dann auch wieder andere leben (Steuerberater oder Installateure zum Beispiel). – Wirtschaftskreislauf nennt man das, und Ideen sind ein genauso normaler Teil dieses wertschöpfenden Systems wie Fahrräder oder ein Paar Schuhe.

Dem Tirolissimo wird gelegentlich vorgeworfen, ein Schulterklopfevent zu sein (das kann er auch, Schulterklopfen tut manchmal gut). Aber er kann und muss darüber hinaus auch zeigen, was an *kreativer menschlicher Intelligenz* in Tirol hervorgebracht wurde. Darin bestand die Absicht hinter dem diesjährigen Landeswerbepreis. Und in diese Richtung werden wir den rundum erneuerten Tirolissimo in zwei Jahren auch weiterentwickeln. ←

Kurt Höretzeder  
Obmann der  
Fachgruppe  
Werbung & Markt-  
kommunikation  
Tirol





# Unsere kreative Mission

Tirols Kreativwirtschaft ist ein lebendiger Organismus. In dessen Zentrum: Die **Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation** mit fast 3.000 Mitgliedern. Als Taktgeberin für die Branche arbeiten wir an der Vernetzung der Fachgruppen untereinander und mit der Kreativszene des Landes – entlang der vier für uns zentralen Zukunftsthemen: **Kommunikation, Service, Ausbildung und Kreativität**. Ein kompakter Überblick zu den wichtigsten Projekten der Jahre 2026/27 – und darüber hinaus.

## #1: Kommunikation, die ankommt

Eine Fachgruppe ist die kleinste Einheit in der Kammerstruktur. Gleichzeitig ist sie jener Ort, an dem wir als Expert:innen für Expert:innen aktiv werden, unmittelbaren Mehrwert generieren und die Zukunft der Branche vorantreiben.

Wir möchten den Nutzen der Fachgruppe greifbar machen und den zeitgemäßen Austausch mit und zwischen den Mitgliedern fördern. Nicht minder wichtig: die Wertschätzung unserer Leistungen und die öffentliche Wahrnehmung für den Beitrag guter Gestaltung zu Gesellschaft und Wirtschaft.

Eine wesentliche Voraussetzung, um das zu erreichen: Der umfassende Ausbau unserer Kommunikation. Das Konzept für eine Online-plattform der gesamten Tiroler Kreativbranche in Zusammenarbeit mit dem Cluster  *kreativland.tirol*  der Standortagentur ist bereits weit gediehen und wird im ersten Halbjahr 2026 realisiert.

### Woran wir arbeiten:

- Redesign der Website **kreativland.tirol** und Schaffung eines neuen, gemeinsamen digitalen Dachs für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Tirol – einschließlich Newsletter- & Social-Media-Kommunikation
- deutlich verbessertes Informationsangebot auf der **WK-Service-Website** unserer Fachgruppe

## #2: Service, der weiterhilft

Aus der Branche. Für die Branche. Unser Ziel ist unbürokratische Hilfestellung, unmittelbare und einfache Unterstützung sowie bessere Vernetzung.

Die Mitglieder können dabei auf die bewährten Services und Angebote der WKT vertrauen. Darüber hinaus bietet die Fachgruppe branchenspezifische Formate an: Die Bezirkstour  *kreAKTIVtalk*  im Frühjahr war ein guter Anfang, im November startet der  *Frühstück-Donnerstalk* , die monatliche Online-Sprechstunde. Auch der Branchentalk  *TreffPunktText*  und das  *KI-Café*  sind neue Initiativen unserer Ausschussmitglieder, die in den kommenden Jahren fortgesetzt werden. Und erstmals wird es 2026 im Rahmen des Fö N-Festivals unseren  *Branchensummit*  geben – ein Nachmittag voller spannender Diskussionen, Keynotes und Begegnungen.

### Woran wir arbeiten:

- neue, branchenspezifische **Gründer\*innen-Beratung**
- Branchentalks **TreffPunktText** und **KI-Cafés**
- monatlicher **Frühstücks-Donnerstalk**
- neuer **Branchensummit** der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation im Rahmen des Fö N-Festivals 2026

## #3: Ausbildung, die Zukunft schafft

Wir wollen die Zukunft der guten Gestaltung nicht dem Zufall überlassen. Kreatives Denken und Handeln muss Schule machen. Junge und junggebliebene Menschen sollen in Tirol die Möglichkeit haben, sich auf höchstem Niveau aus- und weiterzubilden.

Derzeit ist die Ausbildungssituation im Land nicht zufriedenstellend. Wir arbeiten intensiv an der Wiederbelebung der Lehre zur Medienfachkraft, engagieren uns für eine höhere berufsbegleitende Ausbildung und dafür, dass sich die  *Werbedesignakademie*  zeitgemäß weiterentwickeln kann.

### Woran wir arbeiten:

- Attraktivierung der **Lehre zur Medienfachkraft**
- neue berufsbegleitende Weiterbildungsangebote im Rahmen der neuen „**Höheren Beruflichen Bildung**“
- Neupositionierung der **Werbedesignakademie**

## #4: Kreativität, die Wirkung zeigt

Kreativität ist ein Kulturgut. Kreativität ist ein Wirtschaftsfaktor. Und Kreativität ist der Treibstoff der Zukunft. Umso wichtiger ist es, dass wir sie und ihren Wert noch deutlicher hervorheben! — Das gelingt uns mithilfe von Projekten wie diesem Magazin, der Unterstützung starker Netzwerkpartner:innen oder eigenen Veranstaltungen.

### Woran wir arbeiten:

- enge Zusammenarbeit mit dem Cluster **kreativland.tirol**
- Weiterentwicklung des **Fö N-Zukunftsfestivals**
- vertiefte Partnerschaften mit Kreativinitiativen wie **WEI SRAUM, Designforum Tirol** oder **barcamp.tirol**
- grundlegendes Redesign des **Tirolissimo**

## ... und außerdem

... brennen uns Themen wie **Nachhaltigkeit, Urheber- und Nutzungsrechte, Pitchbegleitung, Chancengleichheit, Digitalabgabe** oder **bessere soziale Absicherung** (vor allem für Frauen) unter den Nägeln. — Themen, denen wir uns, meist in enger Abstimmung mit Kolleg:innen aus Film, Foto und Musikwirtschaft, intensiv auch auf nationaler Ebene widmen.

- **Ihr habt Fragen zu konkreten Projekten oder möchtet euch und eure Ideen einbringen? Schreibt eine Mail an: [werbung@wktirol.at](mailto:werbung@wktirol.at)**
- Das Team im Fachgruppenbüro leitet eure Anliegen an die passende Ansprechpartner:in weiter.**



**Kurt Höretzeder**  
Grafikdesigner, Gründer, Obmann der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation Tirol

himmel

„Kreativität und ein waches Bewusstsein für gute Kommunikation in unserer Branche – dafür soll unsere Fachgruppe sorgen.“



**Anna-Maria Stiefmüller**  
Texterin, Copy & Konzept-Profi für Menschenhirn & Blechbüchse, stellvertretende Obfrau [schreibmaschine.com](mailto:schreibmaschine.com)

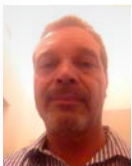
„Gute Ideen und exzellenter Content sind die Alleinstellungsmerkmale der Zukunft. Damit Tirols Kreative künftig ihr Bestes geben können, stricke ich gerne an Netzwerken für kollaborative Strategien mit.“



**Raphael Lepuschitz**  
Developer, Designer, Musiker, Philosoph, stellvertretender Obmann

lepuschitzmedia

„Ich finde es notwendig, dass wir auch Themen wie Gesellschaft, Kunst und technologischen Wandel (Stichwort KI) in der Fachgruppe mitdenken.“



**Reinhard Rudolf Beiler**  
Unternehmer

Aquatising  
Bäderwerbung

„Ich will, dass Werbeunternehmen in Österreich dieselben Voraussetzungen haben wie anderswo in Europa. Und dass die WK ihre Reserven in Start-Ups investiert.“



**Ronny Exenberger**  
Konzepter, Texter, Grafiker, Webdesigner, Foto- & Videograf

reell kommunikations-  
design

„Gemeinsam mit den besten Leuten gute Ideen in reale Projekte zu verwandeln, lässt die gesamte Tiroler Kreativlandschaft einen Schritt weiterkommen.“



**Mark Grünberger**  
Geschäftsführer, Markengestalter und passionierter Fotograf & Leiter der Arbeitsgruppe Gründer:innenberatung in the headroom

„Der Austausch zwischen erfahrenen Kreativen und jungen Talenten ist für mich ein echtes Herzensthema.“

# 14 aus 2862

Wer sind die Menschen „hinter“ der Fachgruppe? 14 Kurzportraits engagierter Leute.

EPU und Geschäftsführer. Grafiker und Texterin, Multimedia-Spezialist oder PR-Fachfrau: Diese Unternehmer:innen sind Tirols gewählte Fachvertreter:innen für die Kreativwirtschaft. Als Ausschussmitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation stellen sie in den kommenden fünf Jahren ihr Know-how, ihre Zeit und Energie in den Dienst der gemeinsamen Sache. Diese vierzehn sind für euch da. Als Sprachrohre und Kummerkästen, als kompetente Ansprechpartner:innen für tausende Kreative und ihre Kund:innen.



**Bernhard Huber**  
Jungunternehmer aus Hopfgarten im Brixental & Allrounder für Webdienstleistungen

WebTyrol

„Die Kreativ- und Digitalwirtschaft ist ein wichtiger Motor für den Standort. Ich möchte Impulse setzen und Strukturen schaffen, die auch kleinen Betrieben nutzen.“



**Philipp Huber**  
CEO, Out-of-the-Box-Denker & Produktentwickler

Huber Web Media

„Ich sehe Technologie als Werkzeug, das uns befähigt, Neues zu schaffen – nicht als Selbstzweck. Mich begeistert es, wenn Design, Strategie und KI zusammenkommen.“



**David Johansson**  
Fotograf & Art Director, kooptiertes Mitglied des Ausschusses

DAJOHA

„Strategien entwickeln, die wirken, und Ideen nicht nur zu besprechen, sondern umzusetzen: Damit machen wir unsere Branche stärker und zukunftsfähiger.“



**Christian Lunger**  
Servicedesigner, Wettbewerbsbegleiter, Podcaster, kooptiertes Ausschussmitglied

motasdesign

„Die Fachgruppe hat die Kraft, in unserer Branche in Tirol etwas zu bewegen. Das macht Lust, als Gruppe mit Gleichgesinnten diese Kreativkraft zu verstärken.“



**Lukas Nöckler-Wimmer**  
Gründer, Art Director & leidenschaftlicher Fotograf

Studio 20four

„Nur durch Zusammenhalt schaffen wir es, das eingestaubte Image der Tiroler Designszene abzuschütteln.“



**Birgit Oberhollenzer-Praschberger**  
Unternehmensberaterin, Kommunikationsexpertin, Moderatorin, Coachin **Oberhollenzer Kommunikation**

„Ich sehe uns als Gestalter:innen und Möglichmacher:innen, um gemeinsam Impulse für die Zukunft unserer Branche zu setzen.“



**Dominique Pfurtscheller**  
Vielseitig engagierter Unternehmer, leitet als Geschäftsführer ein 12-köpfiges Team **Northlight**

„Mir ist wichtig, dass die Sichtbarkeit und Relevanz der Tiroler Werbe- und Kreativwirtschaft den Stellenwert bekommen, den sie verdienen.“



**Gudrun Platzl**  
Schöngest mit Passion für Klarheit & Expertin für Kommunikationsdesign

Eine Augenweide

„Mir geht es um Verlässlichkeit, Wertschätzung und Sichtbarkeit. Weniger Lärm, mehr Klarheit – für Kund:innen, Kolleg:innen und unseren Standort Tirol.“



**Angi Reisinger**  
Gründerin & Art Direktorin für klare Konzepte und visuelle Wirkung

Angi Reisinger Studio

„Weil Stillstand fad ist. Ich brenne für eine neue Generation der Tiroler Kreativwirtschaft – mutiger, sichtbarer, lauter und vielfältiger.“



**Carmen Sommer**  
Geschäftsführerin, Webentwicklerin & Dozentin

Colorphyll

„Mein Herz schlägt für digitale Innovation und den Austausch von Wissen. Mir ist wichtig, faire, nachhaltige und zukunftsorientierte Strukturen zu leben.“

Wir hören zu, vernetzen & vertreten. Und wir sind für euch da:



[werbung@wktirol.at](mailto:werbung@wktirol.at)



Empfehlungen

## Über den Tellerrand schauen. *Inspirierende Events 2026*

Innsbruck, München, Athen, Bregenzerwald – die Welt der Kreativität ist grenzenlos. Hier einige der angesagtesten Events im kommenden Jahr. *Hingehen, zubören, weiterdenken!*

4.–10. Mai 2026  
München

## Munich Creative Business Week *Playground of Possibilities*

Seit über einem Jahrzehnt ist die *munich creative business week* (mcbw) der größte Designevent in Deutschland und ein wichtiger Treffpunkt für die nationale und internationale Kreativ- und Designwirtschaft. Und weil es von Innsbruck sozusagen gleich um die Ecke liegt, lohnt ein kleiner Abstecher gen Norden. ➡ [mcbw.de](https://mcbw.de)

7.–10. Mai 2026  
Athen, Griechenland

## World Beautiful Business Forum *Die Zukunft einer humanen Wirtschaft*



Nicht billig, aber eine Reise wert: Das *World Beautiful Business Forum* in Athen. Veranstaltet vom *House of Beautiful Business*, einer bemerkenswerten internationalen Community an der Schnittstelle von Wirtschaft, Technologie und einem zukunftsfähigen Humanismus. ➡ [worldbeautifulbusinessforum.com](https://worldbeautifulbusinessforum.com)

8.–10. Mai 2026  
Innsbruck

## Journalismusfest Innsbruck

Journalistinnen und Journalisten aus unterschiedlichsten Regionen Europas und der Welt im Dialog mit Expert:innen und dem Publikum.

➡ [journalismusfest.org](https://journalismusfest.org)

September 2026  
Bregenzerwald

## FAQ

Vorträge, Diskussionsrunden, Lesungen und Konzerte an ungewöhnlichen Orten und atemberaubenden Plätzen, thematische Dorfrundgänge, Workshops und Erlebnisse der Extraklasse machen es zu etwas ganz Besonderem: zum Forum mit Festivalcharakter.

➡ [faq-bregenzerwald.com](https://faq-bregenzerwald.com)

24.–26. September 2026  
St. Bartlmä, Innsbruck

## Fö N-Festival 2026 *Kreative Impulse für morgen*



Der Fö N kommt zurück nach Innsbruck. Drei Tage lang bespielt **Tirols Festival für Kreativität** das Areal St. Bartlmä im Süden der Landeshauptstadt. Am Programm: **Workshops, Impulse, Talks und Aktionen** – gegen geistige Schwerkräfte, für eine gelebte Kultur der Kreativität und für die inspirierende Kraft neuer Ideen. Eintritt gratis. Kartenreservierungen ab Februar 2026. ➡ [foehn-festival.org](https://foehn-festival.org)