



Staatspreis, Sieg in der Kategorie „Retailing“ Woom entstammt einer Wiener Garage und ist in Sachen Kinderfahrräder mittlerweile Marktführer.



Sieg in der Kategorie „Private Services“ Die Casinos Austria AG (mit Serviceplan) gewinnt mit „Alles für dein Glück! Fun & Friends packages“.

Sieg aus der Garage

Der Staatspreis Marketing und der Categoriesieg „Retailing“ geht an den bekannten Kinderfahrradhersteller Woom. Die Casinos Austria gewinnen „Private Services“.

WIEN. 2013 erfanden zwei fahrradbegeisterte Väter in einer Wiener Garage die Marke Woom. Nach Jahren des schnellen organischen Wachstums in der Start-up-Phase war es Ende 2021 Zeit, die Marke präzise zu strukturieren und aus dem Produktportfolio zu emanzipieren, um weiteres internationales Wachstum zu ermöglichen.

„Woom wurde zum Staatspreissieger Marketing 2024 gekürt, weil es dem Unternehmen in beeindruckender Weise gelungen ist, den Markt für Kinderfahrräder grundlegend zu verändern und eine neue Ära der Markenführung einzuleiten“, erklärt Thomas Foscht, Vorsitzen-

der der Jury. „Die innovative Vision, hochwertige, ergonomisch durchdachte und federleichte Kinderfahrräder zu entwickeln, hat eine Lücke geschlossen, die von der Branche jahrzehntelang übersehen wurde.“

Neues Bild, stark gewachsen

Eine umfassende Beschäftigung mit der Marke, dem Markenbild sowie auch Produkt- und Preispolitik waren ab Beginn 2022 die logische Konsequenz. Durch die präzise Segmentierung der Zielgruppen und eine tiefgehende Analyse der Konsumentenbedürfnisse hat Woom seine Marketing- und Kommunikationsstrategie auf ein neu-

es Level gehoben, meint Foscht: „Die Einführung von Endorsed Product Brands und die klare Positionierung der Dachmarke haben es dem Unternehmen ermöglicht, seine Produkte noch besser an die Bedürfnisse der jungen Radfahrer und ihrer Eltern anzupassen.“

Trotz Krisen und Herausforderungen blieben die Umsätze stabil. Die beeindruckenden Wachstumszahlen und die starke Marktpräsenz in Ländern wie Deutschland und den USA belegen den nachhaltigen Erfolg: „Die konsequente Umstellung auf eine wertebasierte Preisstrategie, unterstützt durch umfangreiche Marktforschung,

und die fortschreitende Internationalisierung der Marke zeigen die Weitsicht und das strategische Geschick des Unternehmens.“

Alles für das Glück!

Den Categoriesieg „Private Services“ holte die Casinos Austria AG. Um den Casinobesuch im Relevant Set der Zielgruppen zu verankern und der Marke mehr Strahlkraft zu verleihen, wurde ein Markenrelaunch samt Produktlaunch gestartet, gemeinsam mit der Serviceplan Group: Der neue Auftritt und die Fun & Friends Packages führen zu einem Besuchs-Plus von 22,3% (Altersgruppe 18–30 Jahre).

Weitere Kennzahlen zum Erfolg: Im Vergleich zu 2023 erzielten sie ein Umsatz-Plus von bemerkenswerten 49,8%. Die 360°-Kampagne in TV, Kino, (D)OOH und Online sorgte für Aufmerksamkeit. Ein Online-Gewinnspiel erhöhte das Engagement der Community. Ein Casinobesuch wird für Neulinge immer interessanter und führt zu einer Steigerungsrate von 26,2% bei Erstbesuchen.

Weitere Finalisten

Retailing



- **Ikea**
LiveShopping Festival (mit GroupM)



- **Vöslauer**
Nummer 1 bei Near Water (DMB.)

Private Services



- **Vamed Vitality World**
Club-App (hello again, Spreitzerdrei, Digitalwerk)



- **OÖ Tourismus GmbH**
Alle alle! Kultur (Forafilm & Tochter2021)