

Österreich Werbung präsentiert neue Werbelinie



Agentur: Publicis Group Austria Beratung: Barbara Kavallar, Markus Pantschier CD: Alexander Zelmanovics, Alexander Rudan AD: Andrej Krcho Text: Michi Grill Grafik: Jasmin Schildorfer Fotoproduktion: Weinper&Co / Peter Burgstaller Retusche / Litho: Vienna Paint / Blaupapier

Credit: Österreich Werbung
Fotograf: Peter Burgstaller

Utl.: Im Rahmen des ÖW Tourismustags in Schladming stellte die Österreich Werbung erstmals das neue Erscheinungsbild für Urlaub in Österreich der Öffentlichkeit vor. =

Schladming (TP/OTS) - Mehr als je zuvor wird der Gast in den Mittelpunkt der Kampagne gerückt. Ein neues Markenzeichen mit qualitativer Aussagekraft sorgt für verbesserte Integrationsfähigkeit.

Der neue Werbeauftritt der Österreich Werbung (ÖW) mit dem Claim "ankommen und aufleben" fokussiert auf die einmalige Wirkung von Urlaub in Österreich - die "inspirierende Entfaltung". Diese ist dabei nicht nur eine Momentaufnahme im Urlaub selbst, sondern bedeutet, dass der Gast auch nach Ende seines Urlaubs bereichernde Erfahrungen wie ein "emotionales Souvenir" mit nach Hause nehmen kann. "Von einem Urlaub in Österreich bleiben nicht nur schöne Erinnerungen. Hier werden aus einzigartigen Urlaubserlebnissen wertvolle und emotionale Erinnerungen, die den Gast - und sei es nur ein wenig - verändern und ihm wie ein Bild im Kopf, das nie verblasst, erhalten bleiben", so ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba zum strategischen Hintergrund der Kampagne, die von der ÖW in den letzten Monaten gemeinsam mit der Publicis Group Austria entwickelt wurde.

"Alle Elemente der Kampagne machen diese einzigartige Wirkung eines Urlaubs in Österreich auf den Gast erlebbar. Das Bild im Kopf wird in der Umsetzung nahezu eins zu eins mit Hilfe einer Überblendung inszeniert. Dabei verschmilzt der Gast in Form eines Gesichtsporträts förmlich mit dem jeweiligen Ort und Moment des besonderen Erlebnisses", erklärt Michael Scheuch, Leiter des Bereichs

Brand Management in der ÖW, den kreativen Ansatz. Unterschiedliche Gesichtsprofile decken die verschiedenen Kulturkreise ab, in denen die ÖW aktiv ist. Dadurch wird ein optimaler internationaler Einsatz der Kampagne sichergestellt.

Konkret stehen zu Beginn sieben Gesichtsporträts, die fünf Weltregionen abdecken, für die Marketingaktivitäten der ÖW zur Verfügung. "Präzise entwickelte Codes in der Bildsprache - wie Farbgebung, Perspektive oder Licht - unterstützen das Markenversprechen von Urlaub in Österreich. Gegenüber dem Wettbewerb bietet die neue Werbelinie eine hohe Eigenständigkeit, weil mit dem abstrahierten Kopf des Gastes ein starkes Wiedererkennungsmerkmal gefunden wurde, das den Auftritt der ÖW klar differenziert und einmalig macht", erläutert Alexander Rudan, Kreativdirektor der Publicis Group Austria.

Zwtl.: Neue Werbelinie ermöglicht stärkere Zusammenarbeit

Die neue Werbelinie ist nicht nur international optimal einsetzbar, sie ermöglicht auch die verstärkte Zusammenarbeit der Tourismusmarketingorganisation und damit Steigerung des Werbedrucks. Denn seitens der ÖW gab es zwei wesentliche inhaltliche Anforderungen an die neue Werbekampagne. "Neben der Fokussierung auf den Kern der Marke "Urlaub in Österreich" sollte sie integrationsfähig für unsere Partner sein", so Brand Manager Scheuch. Das heißt einerseits, Partner sollen den Absender "Österreich" flexibel in ihre Werbebotschaften einbauen können. Dafür ist das neue Markenzeichen mit dem Zusatz "ankommen und aufleben" bestens geeignet. Andererseits bildet die neue Werbelinie eine hervorragende Basis, um im Rahmen von Kampagnen gemeinsam mit touristischen Partnern aufzutreten. "Das ist wichtig, denn so können Synergien in der Kommunikation und im Budgeteinsatz genutzt werden - und das wird zukünftig mehr denn je wettbewerbsentscheidend sein", so Stolba.

Im Zuge des Ausschreibungsverfahrens für die neue Werbelinie im vergangenen Jahr konnte die Publicis Group Austria die Fachjury mit ihren Ideen und Umsetzungsansätzen überzeugen. Die neue Werbelinie, an der die ÖW seit vergangenem Herbst gemeinsam mit der Agentur gearbeitet hat, wird ab der Wintersaison 2012/13 international zum Einsatz kommen. Die Arbeiten an den Sommersujets 2013 haben bereits begonnen und werden bis Herbst abgeschlossen sein. "Ich bin überzeugt, dass wir mit der neuen Werbelinie einen wichtigen Beitrag für die Wettbewerbsfähigkeit des heimischen Tourismus leisten. Denn

damit werden nicht nur Inhalt und Ästhetik der Marke "Urlaub in Österreich" geschickt und ansprechend umgesetzt. Die Kampagne ist auch ideale Grundlage für intelligente Markenallianzen", so Stolba abschließend.

Die neue Werbeline der Österreich Werbung

~

- fokussiert erstmals vorrangig auf den Gast, auf sein Erlebnis und die Wirkung des Erlebten auf
- ist hoch emotional
- entspricht der Ästhetik der definierten Zielgruppe (modern, ansprechend, inspirierend)
- ist international einsetzbar (Kulturkreise werden durch die unterschiedlichen Profile abgedeckt)
- ist integrationsfähig für Partner
- und sie ist differenzierend zum Wettbewerb.

~

Die neuen Sujets zum Download finden Sie unter:

<http://newsroom.austriatourism.com>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Österreich Werbung
Unternehmenskommunikation
Tel.: (01) 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://newsroom.austriatourism.com>
www.austriatourism.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0013 2012-04-26/14:44

261444 Apr 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120426_TPT0013