

## „Unrating Vienna“ – WienTourismus-Kampagne nimmt Bewertungs-Inflation ins Visier



Kampagnen-Motiv in London

Credit: WienTourismus/ Tom Hanslien/ Wien Nord/  
 Sujetfotograf: Paul Baue  
 Fotograf: WienTourismus/ Tom Hanslien/ Wien Nord/  
 Sujetfotograf: Paul Baue

Wien (OTS/RK) - Und wer bestimmt, was dir gefällt? Weniger stark von Online-Bewertungen steuern lassen, dafür mehr vom Urlaub haben: Mit seiner aktuellen Kampagne „Unrating Vienna“ regt der WienTourismus sein Publikum in Deutschland und Großbritannien dazu an, individueller zu reisen und sich dabei nicht zu sehr von anderen beeinflussen zu lassen. In Kooperation mit Leopold Museum und MuseumsQuartier gibt es in den Abendstunden des 6. bis 8. Juni auch vor Ort in Wien Spannendes zu sehen.

Wir leben in einer digitalen Seifenblase. Mehr denn je wird unser Alltag fremdbestimmt, vorgeplant, gesteuert und reguliert. Suchmaschinen bestimmen, was wir finden. Soziale Netzwerke und Algorithmen entscheiden, was uns interessieren könnte. Rankings, Votings und Top-10-Listen definieren, was wir im Urlaub keinesfalls verpassen dürfen. Vom vermeintlichen Sightseeing-Geheimtipp bis hin zum Dessert im Restaurant wird quasi jeder Schritt einer Reise bewertet und geteilt. Das Abarbeiten von Must-See-Listen im Urlaub wird zur Arbeit, und letztlich machen dann fast alle dasselbe. Mit der aktuellen Kampagne „Unrating Vienna“ ermutigt der WienTourismus seine Gäste, aus diesem Raster auszubrechen und dem nachzugehen, was den Urlaub schön macht: individuelle Erfahrungen zu sammeln, die Stadt auf eigene Faust zu erkunden und dabei wirklich Neues und Überraschendes zu entdecken.

„Online-Bewertungen sind grundsätzlich eine tolle Sache, helfen sie doch, in einer komplexen Welt Orientierung zu finden. Somit ist unsere Kampagne auch kein Fingerzeig gegen technologische

Errungenschaften, die unser Leben einfacher machen und die wir selbst im Tourismusmarketing nutzen. Wir verstehen Digitalisierung allerdings als Kulturtechnik, die dem Menschen nutzen soll und kein Selbstzweck ist. Dass Onlinebewertungen bei der Suche nach Entspannung und individuellen Genussmomenten nicht immer der richtige Weg sind, thematisieren wir im Rahmen der aktuellen Wien-Kampagne mit einer Portion Humor. Sie soll einen Denkanstoß geben und zur Diskussion auf gesellschaftlicher Ebene beitragen", erklärt Tourismusedirektor Norbert Kettner die Intention.

Zwtl.: Entdecke dein eigenes Wien

Die Kampagne läuft den ganzen Juni lang in Hamburg und London auf unterschiedlichen Kanälen. Rund 220 City-Lights oder Screens in Hamburgs Zentrum und an Verkehrsknotenpunkten der Stadt sowie 180 Plakate und Screens in Londons U-Bahn- und Busstationen zeigen auf den jeweiligen Markt abgestimmte Sujets mit schönen Urlaubsmomenten, Orten oder Objekten, die aber mit negativen und polarisierenden Bewertungen von UserInnen versehen wurden. Deren Namen wurden zwar geändert, die Kommentare basieren allerdings auf echten Bewertungen. So wird die romantische Bootsfahrt auf der alten Donau als langweilig bewertet, das knusprige Wiener Schnitzel wird aufgrund fehlender Tunke, der einzigartige Ausblick auf Schloß Schönbrunn aufgrund des üppigen Rasens kritisiert. Provokant regt die Frage „Und wer bestimmt, was dir gefällt?“ („So who decides what you like?“) zum Nachdenken über das Verhältnis von Selbst- und Fremdbestimmung an, verbunden mit der Aufforderung „Entdecke dein eigenes Wien“ („Discover your own Vienna“). Auf der Kampagnen-Website [unrating.wien.info](http://unrating.wien.info), Facebook und Instagram, bei Schaltungen direkt auf TripAdvisor und via Adressable TV soll mittels #UnratingVienna eine länderübergreifende Diskussion angefacht werden.

Zwtl.: „Unrating Leopold“ - Leopold Museum und MuseumsQuartier mit Botschaft vor Ort

Zusätzliche Aufmerksamkeit generiert der WienTourismus von 6. bis 8. Juni (jeweils von 20:30 bis 24 Uhr) vor Ort in Wien, in Kooperation mit dem Leopold Museum und dem MuseumsQuartier: Dass gerade Kunst polarisiert und unterschiedlich bewertet wird, liegt in der Natur der Sache. Mutig und selbstbewusst hat sich das Leopold Museum dazu bereit erklärt, seine kritischsten und absurdesten Bewertungen in überdimensionaler Größe auf die Außenwand des eigenen Museumsgebäudes zu projizieren, um gemeinsam mit dem WienTourismus

und einer Portion Augenzwinkern auf die Rating-Inflation aufmerksam zu machen. MitarbeiterInnen des WienTourismus werden an diesen drei Tagen mit der mobilen Tourist-Info vor Ort sein, um die Hintergründe der Aktion zu erklären.

Zwtl.: Unbeeinflusste Influencer

Zusätzlich holt der WienTourismus Influencer aus Deutschland und Großbritannien nach Wien und ermutigt sie, die Stadt zu entdecken, ohne sich dabei von Bewertungen lenken zu lassen: Maximilian und Lisa Kraft („Zwei die reisen“, [instagram.com/zweidiereisen/](https://www.instagram.com/zweidiereisen/)), Jana Wind („Bekleidet“, [instagram.com/bekleidet/](https://www.instagram.com/bekleidet/)) (<https://www.instagram.com/bekleidet/>), Julie Falconer („A lady in London“, [instagram.com/aladyinlondon/](https://www.instagram.com/aladyinlondon/)) (<https://www.instagram.com/aladyinlondon/>) und Chloe Gunning („Wanderlust Chloe“, [instagram.com/wanderlustchloe/](https://www.instagram.com/wanderlustchloe/)) (<https://www.instagram.com/wanderlustchloe/>) wollen von ihren Eindrücken, zufälligen Erlebnissen und überraschenden Begegnungen fernab der Top-Spots berichten.

Zwtl.: Zufallsgenerator in der Tourist-Info

In der Tourist-Info am Albertinaplatz steht während des gesamten Kampagnenzeitraums ein Zufallsgenerator, der BesucherInnen verschiedene Wiener Begegnungsmomente vorschlägt. So werden sie auf spielerische Art und Weise dazu ermutigt, Orte abseits von Top-10-Listen aufzusuchen und die vielen Facetten der Stadt an zufällig ausgewählten, deswegen aber nicht minder spannenden Orten zu entdecken.

Weitere Informationen: [<https://unrating.wien.info>]  
(<https://unrating.wien.info>)

Download von hochauflösendem Bildmaterial:

[<https://b2b.wien.info/de/presse/unternehmens-presse-info/2019/unrating-vienna>]  
(<https://b2b.wien.info/de/presse/unternehmens-presse-info/2019/unrating-vienna>)

Zwtl.: Credits

Auftraggeber: WienTourismus

Agentur: WIEN NORD - NOW

(Schluss)

~

Rückfragehinweis:

Walter Straßer

Tel.: +43/1/211 14-111

walter.strasser@wien.info

Andrea Zefferer

Tel.: +43/1/211 14-116

andrea.zefferer@wien.info

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/174/aom>

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

TPT0010 2019-06-06/10:57

061057 Jun 19

Link zur Aussendung:

[https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20190606\\_TPT0010](https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20190606_TPT0010)