25.11.2016 – 12:39 Uhr

Unglaublich überraschend, Oberösterreich. - BILD

Oberösterreich Tourismus präsentiert neuen Kommunikationsauftritt

Linz/Oberösterreich (ots) - Oberösterreichs neuer touristischer Kommunikationsauftritt stellt verstärkt Gäste und Gastgeber in den Fokus. Gezeigt werden individuelle Momentaufnahmen aus den Destinationen, authentische Urlaubserlebnisse und echte Begegnungen. Diese frischen "Oberösterreich-Momente" lenken den Blick auf das Besondere, das oftmals noch Unbekannte in den Destinationen. All das wirkt überraschend, erzeugt Nähe und Emotion und macht gleichzeitig neugierig auf Oberösterreich.

Zwtl.: Oberösterreichs touristische Positionierung weiter geschärft

Nach der strategischen Neuausrichtung und der Anpassung der Organisationsstruktur im vergangenen Jahr ist die Entwicklung des neuen Corporate Designs ein weiterer, wesentlicher Meilenstein für den Oberösterreich Tourismus. Parallel dazu wurde die touristische Marke im Sinne der Endorsed-Brand-Strategie gemeinsam mit den Markendestinationen weiterentwickelt und die Positionierung des Landes geschärft. "Oberösterreich ist eine positiv besetzte Marke, die für landschaftliche und kulturelle Vielfalt und Lebensfreude steht. Diese Vielfalt war zugleich große Herausforderung, denn in der Kommunikation macht sie austauschbar. Die Neupositionierung ermöglicht es, Oberösterreich zum Feinkostladen zu entwickeln, in dem wir die besten Seiten des Landes ins Schaufenster stellen und die Strahlkraft der touristischen Marke Österreich ganz bewusst nutzen", erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Dr. Michael Strugl die Zuspitzung.

Zwtl.: Der Oberösterreich-Moment

Gäste suchen Authentisches, echte Begegnungen und immer mehr das Besondere. "Auf diese Individualisierung wollen wir in der Kommunikation stärker eingehen. Wir setzen auf der emotionalen Ebene an, zeigen Menschen - Gäste und Gastgeber - und deren Erlebnisse als Momentaufnahme. Oberösterreich ist also der besondere Moment, der in jeder Destination steckt und diese stärkt. Mit den "Oberösterreich-Momenten" wecken wir die Sehnsüchte und die Neugierde der Gäste und inspirieren sie dazu, das Land nach ihren persönlichen Vorlieben zu genießen", beschreibt Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus, die Hintergründe. Auch in der Arbeit mit Fokusgruppen, Gästebefragungen und in vielen Gesprächen wurde bestätigt, dass Oberösterreich noch viele unentdeckte Schätze birgt, die die Gäste überaus positiv überraschen. "Unglaublich überraschend" ist deshalb die inhaltliche, subtile Leitidee mit der auch touristische Leistungsträger eine Orientierung erhalten, wie sie ihre Angebote als individuelle Urlaubsmomente thematisieren können.

Zwtl.: Unverwechselbares Design und emotionale Bildsprache

Das neue Corporate Design macht die zeitgemäße Gästeansprache sichtbar: Das Oberösterreich Logo wurde evolutionär weiterentwickelt. Es bekräftigt die Stärken des alten Logos, unterstreicht den Markenansatz der Endorsed Brand Strategie. Die charakteristische Typografie und strahlendere Farbe bringen die Frische, den Fortschritt und das neue Selbstbewusstsein zum Ausdruck. Die vereinfachte Optik symbolisiert die Echtheit und Geradlinigkeit des Tourismuslandes. Die Bildwelten spiegeln die Gästeorientierung wider: Sie sind momenthaft und erzählen Geschichten. Die Fotografie zeigt neue Perspektiven auf Landschaften und Menschen im Augenblick des Urlaubserlebnisses. Oberösterreichs Destinationen werden dabei je nach deren Positionierung mal aktiver, mal entspannter inszeniert.

Zwtl.: Flexible Anwendbarkeit stärkt den Tourismusstandort

Von der Verwendung des neuen Logos über das Bildkonzept bis zum einheitlichen Webdesign wird der touristische Auftritt Oberösterreichs in den kommenden Monaten sukzessive aufgefrischt. Das unverwechselbare Design soll als flexibles, modulares System künftig auch von Markendestinationen und weiteren touristischen Partnern angewandt werden. "So stärken wir den gemeinsamen Auftritt und machen Oberösterreich in der Gesamtheit seiner touristischen Destinationen sichtbarer", ist Winkelhofer überzeugt. Ziel ist es, sich im internationalen Wettbewerb um Aufmerksamkeit klarer von anderen Urlaubsdestinationen abzuheben, unverwechselbar und insgesamt begehrlicher zu werden. Damit werden die Bekanntheit und das touristische Image Oberösterreichs und seiner Destinationen weiter gesteigert und können neue Zielgruppen angesprochen werden.

"Die Dynamik, die derzeit im Tourismus spürbar ist, wird nun auch visuell umgesetzt. Der Tourismus verpasst sich damit ein vielversprechendes neues Bild, das den erfolgreichen Wirtschaftsstandort widerspiegelt und identitätsstiftend für unser Land ist", begrüßt Landesrat Strugl die neue Marketingstrategie.

Sichtbar wird dieser neue Auftritt bereits ab Dezember, mittels einer Print- und Onlinekampagne. Ganz im Sinne von "digital first" startet dazu eine Instagram-Kampagne "#uppermoments", die Gäste und Gastgeber gleichermaßen einlädt, ihre persönlichen Oberösterreich-Momente zu zeigen.

Zwtl.: Die Designagentur

Für die Kreativ-Konzeption und Gestaltung des neuen Kommunikationsauftrittes wurde, nach einem mehrstufigen Vergabeverfahren, das Linzer Grafikdesign Studio OrtnerSchinko - A Creative Studio beauftragt. Mit ihrer Spezialisierung auf Branding & Identitäten waren Wolfgang Ortner und Kira Saskia Schinko die richtigen Partner für die visuelle und konzeptionelle Weiterentwicklung des Markenauftritts. Gemeinsam mit dem Konzepter und Texter Norbert Tomasi arbeiten sie seit Mitte des

Jahres an dem neuen Corporate Design und dem Roll-Out. "Die Kombination aus einem sehr emotionalen Bildkonzept und der neuen grafischen Gestaltung lässt eine besondere (ober)österreichische, touristische Note entstehen. Der simplifizierte und flexiblere Umgang in der Gestaltung macht Oberösterreich Tourismus als Marke attraktiver, jünger und stärker im Auftritt", betont Wolfgang Ortner. Die Zusammenarbeit wird 2017 gemeinsam fortgeführt.

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

Rückfragehinweis:
Elisabeth Kierner, MSc
Oberösterreich Tourismus
Leitung Mediahouse & Markenführung
Freistädter Straße 119, 4041 Linz
Tel: +43 732 7277-123 oder 0664-3030444
Mail: elisabeth.kierner@oberoesterreich.at
www.oberoesterreich.at, www.oberoesterreich-tourismus.at

Digitale Pressemappe: http://www.ots.at/pressemappe/3952/aom

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

TPT0010 2016-11-25/12:34

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100012529/100796114 abgerufen werden.