

Landesrat Achleitner: OÖ. Tourismus-Kampagne erneut preisgekrönt

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner: „Naturräume-Kampagne ‚Drinne ist nicht draußen‘ bei nationalen und internationalen Wettbewerben ausgezeichnet“

Seit 2020 stehen Urlaubs- und Freizeit-Erlebnisse in Oberösterreichs Natur im Mittelpunkt einer mehrjährigen Marketing- und Kommunikationskampagne von Tourismusverbänden und Oberösterreich Tourismus. Die Kampagne und die zugrunde liegende kreative Idee „Drinne ist nicht draußen – komm raus und erlebe die Natur Oberösterreichs“ wurden bei namhaften nationalen und internationalen Wettbewerben mehrfach mit Preisen ausgezeichnet. *„Das Bedürfnis nach Sport, Bewegung und Erholung in der Natur ist ein wesentliches Motiv unserer Urlaubsgäste, sich für einen Aufenthalt in Oberösterreich zu entscheiden. Diese Sehnsucht nach der Natur, nach dem Draußen-Sein hat sich seither durch Corona noch weiter verstärkt. Die Naturräume-Kampagne ‚Drinne ist nicht draußen‘ hat den Nerv der Zeit getroffen“*, zeigt sich Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner zufrieden.

Den starken Spannungsmoment bezieht die Kampagne aus der Idee, Menschen beim an sich absurden Versuch zu zeigen, Outdoor-Sportarten in den eigenen vier Wänden auszuüben. Die Sehnsucht nach dem „Draußen“ kann nur im echten Naturerlebnis in Oberösterreich aufgelöst werden. *„Der frische und kreative Zugang spricht unmittelbar die Natursehnsucht an und begeistert Gäste für Outdoor-Erlebnisse in Oberösterreich. Dieser Ansatz hat bei den Gästen und auch bei den Jurys von namhaften Wettbewerben positive Resonanz gefunden“*, freut sich Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus. Zuletzt erreichte die Kampagne beim internationalen Tourismus-Film-Print-Multimedia-Wettbewerb „ITB - Golden City Gate“ in Deutschland einen ersten Platz in der Kategorie Internationale Kampagne.

Schon zuvor erhielt „Drinne ist nicht draußen“ den Werbepreis „Caesar 2020“ in Silber. Die begleitende Social Media Challenge #drinnenvsdraussen wurde mit dem Caesar in Gold prämiert. Die drei Kampagnenvideos überzeugten zudem beim Film Forum Austria, dem österreichischen Filmpreis für Werbung und Wirtschaft und wurden mit einer Auszeichnung in Bronze belohnt.

Nachhaltig und regional: Zusammenarbeit mit WoodFashion

Begleitet und verstärkt wurde die preisgekrönte Naturräume-Kampagne von einer engen Kooperation mit Wirtschafts- und Mobilitätspartnern, wie etwa ÖBB, KTM Fahrrad, Thalia oder Grüne Erde. *„Durch unser Werteverständnis im Sinne von Regionalität und Nachhaltigkeit entstanden nutzenstiftende Synergien und neue Formen der Kundenansprache, die zusätzliche Zielgruppen erschließen“*, sagt Winkelhofer. Erst kürzlich wurde dieses Netzwerk noch einmal erweitert: Oberösterreich Tourismus kooperiert mit dem nachhaltigen Modelabel „WoodFashion“ aus dem Mühlviertel.

Bildtext:

V.l.: Andreas Winkelhofer (Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus), Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner und KommR Robert Seeber (Vorsitzender des Strategie-Boards von Oberösterreich Tourismus) freuen sich über internationale Auszeichnungen der mehrjährigen Kampagne „Drinne ist nicht draußen – komm raus und erlebe die Natur Oberösterreichs“.

Foto: Oberösterreich Tourismus / Phil Lindner, Verwendung mit Quellenangabe

Rückfragen-Kontakt:

Michael Herb, MSc

(+43 732) 77 20-151 03, (+43 664) 600 72 151 03, michael.herb@ooe.gv.at