



Landesrat Achleitner: „Alle Alle! Kultur“ sammelt internationale Preise

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner: Kulturkampagne des Oberösterreich Tourismus bereits mehrfach ausgezeichnet

„‘Alle Alle! Kultur‘, der Kampagnenfilm des Oberösterreich Tourismus zum Kulturjahr 2024, begeistert die Jurys nationaler und internationaler Wettbewerbe. Gestern wurde der Clip bei den ‚31. Internationalen Wirtschaftsfilmtagen‘ mit dem ‚Grand Prix‘ ausgezeichnet“, zeigt sich Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner erfreut. Bereits im März belohnte die Jury des internationalen Tourismusfilmfestivals „Goldenes Stadttor – The Golden City Gate“ in Berlin den kreativen Zugang zur Vielfalt des Kulturangebots in Oberösterreich mit einem „Goldenen Stern“ in der Kategorie „Kampagne International“. Jetzt kommen weitere Trophäen dazu. Gleich vier „Victorias“ räumte „Alle Alle! Kultur“ bei den Internationalen Wirtschaftsfilmtagen ab. Allen voran den „Grand Prix“ für den besten Film des gesamten Festivals. Dazu zwei „Victorias“ in Gold in den Kategorien „Social Media“ und „Tourismusfilm“ und eine „Victoria“ in Silber in der Kategorie „Marketingfilm B2C“. Bereits nächste Woche steht die Verleihung der „Corporate Film & Music Awards“ im Rahmen des Crossing Europe Filmfestivals in Linz an. Dabei steht der Clip in nicht weniger als fünf Kategorien auf der Shortlist. Und am 29. Mai wird „Alle Alle! Kultur“ bei den „World Media Festivals“ in Hamburg mit dem „intermedia-globe GOLD Award“ ausgezeichnet.

Oberösterreich als Kultur-Reiseziel stärken

„Ein großes Kulturangebot in Oberösterreich trifft 2024 auf eine weltweit wachsende Nachfrage im Kulturtourismus. Laut einer aktuellen Gästebefragung ist Kultur für 21 Prozent der Gäste in Oberösterreich ein wichtiges Urlaubsmotiv. Um die Chance dieses besonderen Kulturjahres 2024 langfristig zu nutzen, startete der Oberösterreich Tourismus erstmals einen ausschließlich kultur-touristischen Angebots- und Kommunikationsschwerpunkt“, hebt Landesrat Achleitner hervor.

„Die daraus entstandene mutig-kreative Kulturkampagne wurde in enger Zusammenarbeit mit Kulturinstitutionen, Kulturschaffenden, den touristischen Partnern und den beiden Agenturen FORAFILM und Tochter konzipiert. Dass sie nunmehr bereits mehrfach ausgezeichnet worden ist unterstreicht die große Strahlkraft der Kampagne“, so Landesrat Achleitner.

Nach reichweitenstarken internationalen Maßnahmen im vergangenen Halbjahr stehen aktuell Videodokumentationen, Podcasts und Portraits von Kulturbotschafter/innen im Mittelpunkt, die regionale Kulturangebote ins Rampenlicht stellen.

„Ich freue mich, dass unser neuer, kreativer Ansatz bei Wettbewerben honoriert wird und dass die intensive Vorbereitung unserer Kultur-Kampagne mit diesen renommierten Auszeichnungen gewürdigt wird“, ergänzt Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus. 22 Kulturbotschafter, 10 Drehtage, 22 verschiedene Locations in ganz Oberösterreich, 180 Minuten Rohmaterial und 50 verschiedene Videoformate sind die Basis für eine breit angelegte internationale Kampagne, um Oberösterreich als Kulturreiseziel vor den Vorhang zu holen.

22 Kulturschaffende – eine Botschaft

Im Mittelpunkt des Clips, dem Herzstück der Kampagne, der über alle Social Media Kanäle bereits 11 Mio. Impressionen erreicht hat, stehen 22 Kulturbotschafter:innen aus Oberösterreich, Kulturschaffende, Musiker:innen, Künstler:innen und Vereine, wie Parovoz Stelarc, Philipp Hochmair, Ina Regen, die St. Florianer Sängerknaben, das Bruckner Orchester Linz, die Europäische Kulturhauptstadt Bad Ischl Salzkammergut, Silke Grabinger, die Ebenseer Fetzen, der Mühlviertler Blaudruck, TikTok-Star Fazlija und viele andere mehr. *„Unsere Kulturbotschafter bringen gemeinsam die Kernbotschaft auf den Punkt, die wir mit der kultur-touristischen Kommunikationsoffensive zum Kulturjahr 2024 transportieren wollen. Nämlich dass Kultur nicht das Werk einzelner ist, sondern alle umfasst, Kulturschaffende genauso wie Kultur-Genießende, und dass alle eingeladen sind, im reichhaltigen Kulturprogramm Oberösterreichs ihre persönlichen Highlights zu finden“,* erklärt Winkelhofer.

Volltreffer für Oberösterreich

Auch beim „Salzburger Landespreis Werbung“ konnte Oberösterreich Tourismus einen Erfolg verbuchen. „Urlaub in der schönsten Ecke“, die mit der Agentur Creative Tactics entwickelte Kampagne für Fußballcamps in Oberösterreich, wurde mit dem 2. Preis in der Kategorie „Anzeigen“ prämiert. Alljährlich im Sommer nutzen internationale Spitzenclubs die optimalen Bedingungen in Oberösterreich für die Saisonvorbereitung. Die Trainingscamps generieren touristische Wertschöpfung und eine starke mediale Präsenz Oberösterreichs in wichtigen Auslandsmärkten wie Deutschland, Tschechien und den Niederlanden.

Rückfragen-Kontakt:

Michael Herb, MSc, Presse LR Achleitner

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