



© WienTourismus/Paul Bauer

Verleihung

Einen silbernen Nagel sowie eine Auszeichnung gab es bei den ADC-Awards in Deutschland für die WienTourismus-Kampagne „Unhashtag Vienna: Wien sehen. Nicht #Wien“..

Der versteckte Kuss Klimts

Auszeichnung: Silber bei deutschen ADC-Awards für die WienTourismus-Kampagne „Unhashtag Vienna“.

••• Von Eva-Louise Krémer

BERLIN/WIEN. Bei der Awardshow des Creativ Club Austria (CCA) Mitte Mai hatte WienTourismus insgesamt neun Veneres und zwei Auszeichnungen für seine Kampagnen in Zusammenarbeit mit Wien Nord + Now eingeehmt. Jetzt geht der Medaillenregen weiter: Auch der Art Directors Club Deutschland (ADC) zeichnet einmal im Jahr die herausragendsten Arbeiten der Branche aus – mit goldenen, silbernen oder bronzenen „Nägeln“. Ergebnis: ein Silber-Nagel sowie eine Auszeichnung für die mit Wien Nord + Now umgesetzte WienTourismus-Kampagne „Unhashtag Vienna“.

Wider die Selfie-Inflation

Weniger fotografieren, mehr erleben: Drei Tage lang verdeckte ein großer roter Hashtag eines der berühmtesten Bilder der Welt – Gustav Klimts „Kuss“ im

Oberen Belvedere. Einen Raum weiter bekam das erstaunte Publikum das unverdeckte Original zu sehen. Damit sollte darauf hingewiesen werden, dass sich Reisende oft schon mehr mit ihrem Smartphone beschäftigen, als die Schönheit der Umgebung bewusst zu genießen.

Wenn das Foto blind macht

Die Aktion war Teil der im Herbst 2018 in Deutschland und Großbritannien durchgeführten Kampagne, die zum genussvollen Reisen abseits der Selfie-Inflation aufrief und den weltweiten Trend zur „digitalen Entgiftung“ aufgriff. Sie wurde von der ADC-Jury in der Kategorie „Exhibition Experience themenbezogen – Räumliche Intervention“ prämiert.

Eine zusätzliche Auszeichnung in der Kategorie „PR – Kampagne“ gab es für die der Klimt-Aktion übergeordnete 360°-Kampagne, die das Publi-

kum vergangenen November in Hamburg, Berlin und London im öffentlichen Raum und selbstverständlich auch in den Sozialen Medien adressierte.

Sie zeigte Reisende, die bei der Jagd nach dem perfekten Foto den Moment selbst nicht mehr wahrnehmen. Ein großer Hashtag verdeckte dabei die Sicht auf

Wiener Sehenswürdigkeiten und stand – pars pro toto – für „eine verloren gegangene Freiheit, den Urlaub in all seinen Facetten uneingeschränkt genießen zu können“.

Auch in den USA

Die Aufforderung „Wien sehen – nicht #Wien. Genieße die Stadt hinter Deinen Fotos!“ war in Deutschland auf rund 700 City Lights, auf Plakaten in Londons U-Bahn sowie großflächig in den Stationen Waterloo und Liverpool zu sehen. Online wurde die Zielgruppe auf Instagram, Facebook und per Bannerwerbung sowie unter unhashtag.vienna.info erreicht. Im April und Mai 2019 wiederholte der WienTourismus die erfolgreiche Kampagne, über die in 15 Ländern berichtet wurde, in den USA.



© WienTourismus/Roman Mittermayr

Die Sujets waren auch in Londons U-Bahn zu sehen (Bild: Station Waterloo).