

Bildwelten

Wie wir Oberösterreich zeigen.
Leitfaden für markenkonforme Bildsprache.

Oberösterreich Tourismus
Linz, März 2026

[oberoesterreich.at](https://www.oberoesterreich.at)



**echt!
JETZT!**

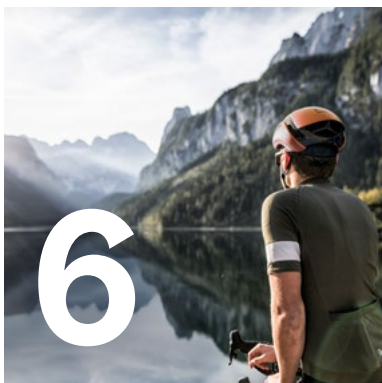
Inhalt



1. Die Bildwelten



2. Die Tonalität



3. Die Farbgebung



4. Die Inszenierung

1. Die Bildwelten



Die Bildwelt von „Echt jetzt!“ zeigt echte, ungefilterte und manchmal herrlich unperfekte Momente. Sie ist eine bewusste Gegenposition zur klassischen Hochglanz-Tourismusfotografie und setzt nicht auf glatte Oberflächen, sondern auf **radikal authentische Situationen – voller Emotion, Zufall und feinem Humor.**

**Nichts ist gestellt,
niemand posiert.**

Die Motive wirken, als wären sie im Vorbeigehen eingefangen – mitten aus dem Leben heraus. Genau diese Unmittelbarkeit macht „Echt jetzt!“ glaubwürdig, nahbar und stark. Humor entsteht dabei nicht durch Inszenierung oder Pointen, sondern durch Momente, die einfach passieren: durch **kleine Brüche, überraschende Details und ehrliche Nähe.**

1. Die Bildwelten

„Echt jetzt!“ lebt von diesen **echten, kleinen Augenblicken** – von **Menschlichkeit, Nähe und einem unerwarteten Twist**, der ein Schmunzeln auslöst. Die Bildwelt von Oberösterreich inszeniert dabei keine touristischen Klischees, sondern **echte Gefühle im Moment**. Im Zentrum stehen **Menschen mit Persönlichkeit, die Oberösterreich mit all seinen charmanten Superlativen erleben** – mal still, mal laut, mal überraschend.

Gleichzeitig bauen wir auf den Stärken des bestehenden Bildkonzepts auf: **Emotionsstarke Szenen werden weiterhin bewusst mit Close-ups, Details und Landschaftsbildern kombiniert**. So entstehen Bildstrecken mit Rhythmus und Tiefe – vom großen Gefühl über den kleinen, erzählerischen Moment bis hin zur Weite der Landschaft. Diese Kombination verankert das Erlebte in Oberösterreichs Landschaften, gibt Orientierung und macht das Erlebnis als Ganzes spürbar.



Nach Möglichkeit „3 Bilder-Geschichten“ erzählen:

1. Landschaften/Panoramen
2. Landschaften + Personen
3. Close-ups/Details

1. Die Bildwelten

So wird die Leitidee „Echt jetzt!“ visuell übersetzt:

Jedes Motiv ist authentisch, emotional und nahbar – eine Einladung, Oberösterreich genau jetzt zu entdecken.

Wir orientieren uns am Bildkonzept der Österreich Werbung, das für Nähe und Lebensgefühl steht, und entwickeln es konsequent im Sinne unserer eigenen Leitidee weiter.

Authentizität ist dabei Grundvoraussetzung für alle Produktionen: Unsere Bilder und Videos sind nicht laut um der Lautstärke willen, sondern weil sie zur Marke Oberösterreich passen – **charakterstark, vielseitig, überraschend und echt.**



2. Die Tonalität

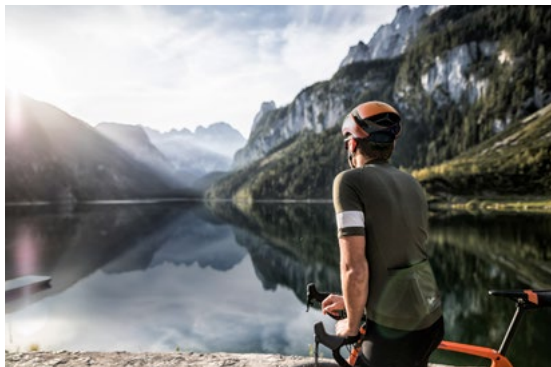


Die Tonalität der Bilder folgt dem Spannungsbogen der Leitidee – vom Staunen („Echt jetzt?“) zum Erleben („Echt jetzt!“).

- **Echt & nahbar:**
keine Hochglanzinszenierung, sondern gelebte Momente.
- **Vertraut & sympathisch:**
eine Bildsprache, die Nähe schafft – fast so, als wäre man selbst dabei.
- **Humorvoll & selbstbewusst:**
Bildsprache mit Augenzwinkern – charmant, aber nie laut um des Lautseins willen.
- **Emotional & lebendig:**
Bewegung, Lachen, Emotion – das Leben, wie es passiert.
- **Warm & menschlich:**
Oberösterreich ist kein Schauplatz, sondern Begegnung.



3. Die Farbgebung



- **Natürliches Licht:**
Tageszeiten, Sonnenreflexe, Wetterstimmungen – nichts wirkt künstlich ausgeleuchtet.
- **Farbwelt Oberösterreich:**
Wasserblau, Waldgrün, Stein- und Holztöne, Winterweiß, Sonnenwarm – erdig, klar, echt.
- **Mut zur Farbe:**
Kleidung & Accessoires setzen Akzente, ohne das Bild zu überladen.
- **Wetter als Stimmungsträger:**
Gischt, Nebel, Sonne, Schneefall – das Wetter erzählt mit.
- **Keine Filter, keine Hochglanzoptik:**
Farben bleiben echt, Kontraste natürlich, Licht authentisch.

Die Bildwelt lebt von
echtem Licht, klaren
Farben und stimmiger
Atmosphäre.

4. Die Inszenierung

Models & Menschen

- **Vielfalt zeigen:**
verschiedene Altersgruppen, Familien, Paare, Freundesgruppen, Einheimische.
- **Charakter statt Perfektion:**
Gesichter mit Ausdruck, echte Typen, keine „Katalogmodels“.
- **Aktive Teilnahme:**
Menschen erleben Oberösterreich, nicht nur „posieren“ davor.

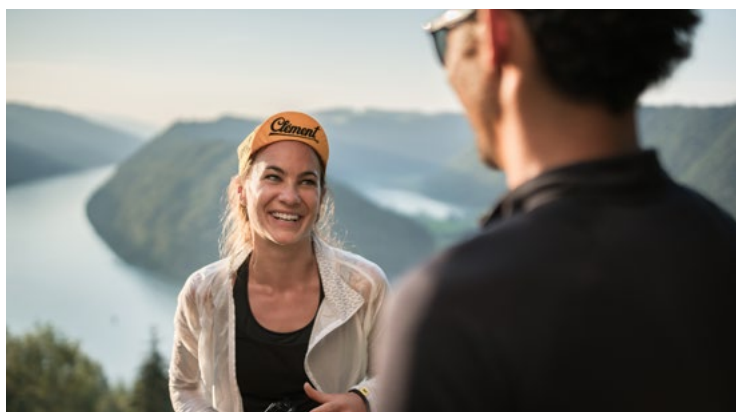
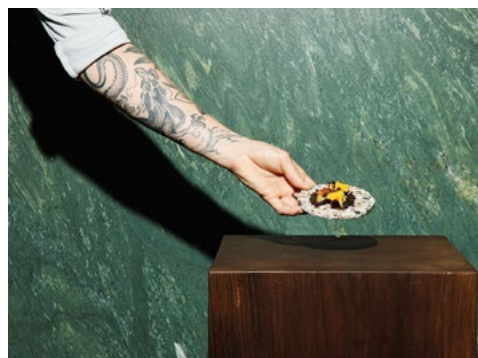
Posen

- **Ungezwungen & echt:**
Lachen, Staunen, Entspannen, Anpacken.
- **Aus dem Moment heraus:**
Tropfen auf der Haut, Krümel im Bart, rotes Gesicht nach der Tour.
- **Natürlich bewegt:**
Radfahren, Schwimmen, Wandern, Tanzen, Genießen – mitten in der Aktivität eingefangen.

Motive

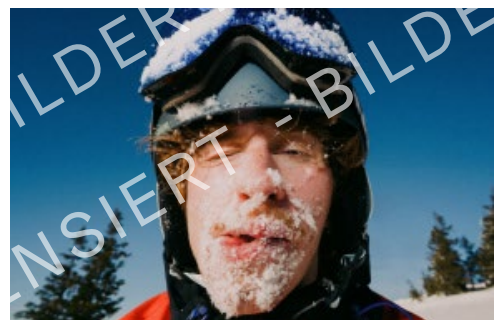
- **Teil der Szene:**
Kamera ist mittendrin – Perspektive der Teilhabe statt Beobachtung von außen.
- **Humor & Kontrast:**
Wie die Headlines mit Sprache spielen, darf das Bild mit Komposition und Perspektive überraschen.
- **Erlebnis-Schnipsel:**
Kleine Geschichten im Bild – ein Toast, ein Sprung, ein Blick ins Tal.
- **Szenerien:**
Es muss nicht immer der Mensch sein, manchmal ist der einzigartige Ausblick oder ein Detail der Hero.

4. Die Inszenierung



4. Die Inszenierung

Zielbild: Der Betrachter steht stärker im Moment, nicht außerhalb davon. Er schaut nicht zu – er ist Teil des Geschehens.



5. Do's & Don'ts

Do's

- Authentische Menschen & echte Emotionen.
- Natürliches Licht & Wetterbedingungen nutzen.
- Vielfalt der Menschen & Lebensstile zeigen
- Bewegung, Nähe & Lebendigkeit – charmante Superlative sichtbar machen.
- Ecken & Kanten zeigen (Krümel, Tropfen, Staub, Staunen).
- Humor & Sprachwitz auch visuell transportieren, Augenzwinkern auch bei den Motiven erlauben!

Don'ts

- Stockfoto-Ästhetik & sterile Hochglanzbilder
- Gestellte, emotionslose Posen.
- Leere Landschaften ohne Menschen & Emotionen.
- Überbearbeitete Farben oder künstliches Licht.
- Monotone, austauschbare Bildwelten ohne Diversität.