

## Presseinformation

1. Februar 2022

### „Werbe-Amor“ in Gold für Niederösterreich Werbung

#### LR Danninger: Werbewirksamkeitsstudie bestätigt Werbelinie

Nach der Auszeichnung mit dem KURIER „Werbe-Amor“ in Bronze im Vorjahr darf sich die Niederösterreich Werbung auch heuer wieder freuen. Diesmal hat das Weinherbst-Sujet mit dem Spruch „Der Sommer ist erst vorbei, wenn wir es sagen“ sogar den ersten Platz und damit den „Werbe-Amor“ in Gold erzielt. Dass die neue Werbekampagne gefällt, bestätigt auch die neuerlich durchgeführte Studie über die Werbewirkung.

Die Werbelinie der Niederösterreich Werbung wurde 2021 weiterentwickelt und begeistert auch die Kritiker. Eine 40-köpfige Fachjury hat bei der Wahl zum besten Print-Sujet eine Vorauswahl getroffen, unzählige KURIER-Leserinnen und -Leser haben sich für das Sujet der Niederösterreich Werbung entschieden. Sowohl die Werbewirkungsstudie als auch die aktuelle Auszeichnung zeigen, dass die Kampagne ankommt. Tourismuslandesrat Jochen Danninger dazu: „Es freut mich, dass die erfrischende Werbelinie der Niederösterreich Werbung bei den Experten, aber vor allem bei unseren Zielgruppen, sehr gut ankommt. Das ist eine Auszeichnung für die kreativen Köpfe der Niederösterreich Werbung, aber zugleich auch ein Ansporn für 2022, diesen Kurs weiter fortzusetzen, um die Tourismusbetriebe bei ihrem Comeback bestmöglich zu unterstützen. Heuer wird es ein Jahr des Aufschwungs für den Tourismus in Niederösterreich“.

Michael Duscher, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung ergänzt: „Der erste Platz beim ‚Werbe-Amor‘ freut uns natürlich sehr. Dass die Leserinnen und Leser unser Weinherbst-Sujet als das beste Sujet des Jahres ausgezeichnet haben, bestätigt uns in unserer Arbeit.“ Christiana Hess, Bereichsleitung Marketing & Brandmanagement der Niederösterreich Werbung, sagt: „Mit der Text-Bild Komposition ist es uns gelungen, mit einer feinen Prise Humor die Leichtigkeit und das besondere Lebensgefühl für den ‚Weinherbst Niederösterreich‘ zu vermitteln.“

Mit dem „Werbe-Amor“ werden alljährlich die „Lieblingsanzeigen“ im KURIER von einer Fachjury und den Leserinnen und Lesern ausgezeichnet. Nach einer Vorauswahl von über 400 eingereichten Sujets wurden rund 200 Sujets von einer Fachjury begutachtet. Aus den von ihnen am besten bewerteten Werbesujets wurden dann von KURIER-Leserinnen und Lesern die Top-Drei auserwählt. Nach

## Presseinformation

einem 3. Platz für ein Sujet im Jahr 2020 darf sich die Niederösterreich Werbung jetzt sogar über den „Werbe-Amor“ in Gold freuen: 1. Platz für ein Sujet aus der Weinherbst-Reihe mit dem Spruch „Der Sommer ist erst vorbei, wenn wir es sagen“!

Bereits 2020 wurde eine Untersuchung über die Werbewirksamkeit der neuen Werbelinie durchgeführt. Die Studie 2021 bestätigte die positiven Ergebnisse. Insgesamt konnte sich mehr als jede(r) Fünfte an die Werbung erinnern. Nach der Frühjahrskampagne (April bis Juni 2021) wurde Niederösterreich signifikant häufiger mit Frühlingsurlaub und Sommerurlaub verbunden. Knapp  $\frac{3}{4}$  der Befragten gaben an, dass die Werbung die Bekanntheit von Niederösterreich als Urlaubsland fördert. Die Kampagne gefiel  $\frac{3}{4}$  der Befragten und wurde als „sympathisch“, „verständlich“ und „glaubwürdig“ bewertet. Die Mehrheit der Befragten (63 Prozent) gab an, dass die Werbung Lust auf Urlaub in Niederösterreich macht.  $\frac{3}{4}$  sagten aus, dass sie durch die Kampagne angeregt wurden, einen Tagesausflug in Niederösterreich zu machen.

Weitere Informationen: Niederösterreich Werbung, Marcella Maurer, Telefon 02742/9000-19844, E-Mail [marcella.maurer@noe.co.at](mailto:marcella.maurer@noe.co.at), bzw. Büro LR Jochen Danninger, Mag. Andreas Csar, Telefon 02742/9005-12253, E-Mail [andreas.csar@noel.gv.at](mailto:andreas.csar@noel.gv.at), <http://www.niederoesterreich.at>