

How to Lebensgefühl

1 Definition

Bewusstes Gefühl, am wirklichen Leben teilzuhaben, mitten im Leben zu stehen, das Leben in all seinen Facetten zu spüren.



2 Credo

„Mein Ziel ist es, mit der neuen Kommunikationslinie Mut zu beweisen, aufzufallen und anders zu sein – edgy, funky. Wir wollen uns vom Wettbewerb abheben und mit überraschenden Twists und Augenzwinkern begeistern. Letztendlich können wir bei unserer Zielgruppe nur punkten, wenn wir uns abgrenzen – ob durch Flagships, die Microstories oder unser Lebensgefühl-Manifest.“

Astrid Steharnig-Staudinger
CEO Österreich Werbung



3 Facetten

Gelassenheit

ist die Eigenschaft der Österreicher:innen die Dinge etwas lockerer zu sehen. Sie ermöglicht ihnen, alles so zu nehmen, wie es kommt.



Leichtigkeit

ist die Eigenschaft der Österreicher:innen unbeschwert und frei dem Leben zu begegnen.

Genuss

Österreicher:innen verstehen es zu genießen. Sie empfinden Freude am Schönen, am Bewährten und wenn sie Neues entdecken können.

4 Zielgruppen Fit

- neuen Erfahrungen
- trendorientiert
- emotionsstark & überraschend im Content
- Charme und Leichtigkeit liebend
- Authentizität
- das Neue wird mehr geschätzt, als Sicherheit und Tradition

LG x ICMS



5 Botschaften

#1 Menschen in Österreich machen den Unterschied und lösen das Lebensgefühl aus, das man nur so in Österreich erleben kann.

#2 Österreich = Lebensgefühl: Österreich wird als Synonym für das Lebensgefühl etabliert.

#3 Ein Gefühl, das man auch erleben möchte.



#4 Lebensgefühl hebt Österreich im Wettbewerb ab: Wir begeistern mit einer neuen Ästhetik, einer modernen, authentischen und „unperfekten“ Bildsprache und sehen uns selbst mit einem Augenzwinkern.

#5 Wir verbinden uns mit der Branche: Der Partner schließt an, wo man das Lebensgefühl erleben kann. Der Vibe ist das verbindende Gestaltungselement und macht uns zum unverwechselbaren Absender.