

Linz Tourismus schockt mit explodierenden Käsekrainern und KI-Werbung!

Linz Tourismus startet die kreative Kampagne "Take a risk, visit Linz", um wagemutige Besucher für die Stadt zu gewinnen.



Linz, Österreich - Am 9. Juni 2025 startet der Linzer Tourismus seine neue Kampagne unter dem vielversprechenden Titel „Take a risk, visit Linz“. Diese unkonventionelle Werbeoffensive setzt auf Irritation und Provokation, um die Aufmerksamkeit von potenziellen Besuchern zu gewinnen. Mit einem kreativen Ansatz, der teils mit generativer Künstlicher Intelligenz (KI) umgesetzt wurde, soll die Stadt sowohl für Einheimische als auch für Touristen ein aufregendes Ziel darstellen. Der Videospot zeigt surrealistische Szenen, die sich um explodierende Mega-Käsekrainer, einen als Alien enttarnten Würstelmann und einen gelben King Kong, der durch Linz streift,

ranken. Auch die Dreifaltigkeitssäule hebt dabei im wahrsten Sinn des Wortes ab und schießt in den Orbit.

Die Kampagne wird von der Agentur Fora Ultra 4000 unter der Leitung von Sinisa Vidovic verantwortet und ist Teil einer umfassenden Neuausrichtung des Linz Tourismus, die auf die Destinationsstrategie 2030 ausgerichtet ist. Marie-Louise Schnurpfeil, die Geschäftsführerin des Linz Tourismus, erklärt, dass die Idee hinter der Werbung darin besteht, den Besuchern zu ermöglichen, ihre Erwartungen loszulassen und positive Eindrücke von Linz zu gewinnen. „Wir möchten wagemutige Besucher anziehen, die das Ungewöhnliche schätzen“, so Schnurpfeil.

Provokante Ansätze für mehr Aufmerksamkeit

In der Vergangenheit hat Linz schon ähnliche Kampagnen gestartet, die für Aufsehen sorgten. Provokante Slogans wie „Linz ist a bissi rassistisch“ und „alles andere als perfekt“ haben der Stadt zahlreiche Werbepreise eingebracht und die Diskussion angeregt. Diese werbewirksame Strategie hat im Rathaus gemischte Reaktionen ausgelöst, könnte aber genau das richtige Rezept sein, um neue Besucher in die Stadt zu locken.

Ein besonderes Augenmerk liegt in der Kampagne auf dem Motto „Expect the Unexpected“, das die Themen Risiko, Unsicherheit und überhöhte Erwartungen behandelt. Das Ziel ist, die Neugier der Reisenden zu wecken und ihnen das Gefühl zu geben, dass in Linz immer etwas Überraschendes auf sie wartet.

Künstliche Intelligenz im Tourismus

Die Nutzung von generativer KI in den Kampagnen ist auch ein innovatives Element, das Linz aus dem touristischen Einheitsbrei heraushebt. Diese Technologie ermöglicht es, dynamische und

emotionale Inhalte zu erstellen, die besonders gut auf die Zielgruppe abgestimmt sind. KI kann kreative Bilder produzieren und aus bestehenden Fotos oder Clips ansprechende Videos generieren, die das Interesse von Reisenden wecken. Gleichzeitig ist es wichtig, authentische Inhalte zu bieten, um das Vertrauen und die Begeisterung der Kunden zu gewinnen.

In einem Sektor, in dem emotionale Erlebnisse und echte Geschichten einen hohen Stellenwert haben, können KI-generierte Inhalte ein nützlicher Weg sein, um eine nachhaltige Bindung zur Zielgruppe aufzubauen. In der Musikproduktion könnte KI sogar individuell komponierte Soundtracks für Reisewerbung schaffen, um die Atmosphäre weiter zu verstärken.

So bleibt abzuwarten, wie sich diese kreative und mutige Kampagne auf die Touristenzahlen in Linz auswirken wird. Eines ist jedoch sicher: Die Stadt hat ein gutes Händchen für unkonventionelle Werbung und könnte für viele eine überraschende Entdeckung sein.

Für weitere Informationen über die Werbekampagne besuchen Sie die Artikel auf **Leadersnet** und **Puls24**. Ergänzende Einblicke zur Verwendung von KI im Tourismus finden Sie auch auf **Destination.one**.

Details	
Ort	Linz, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.leadersnet.at• www.puls24.at• www.destination.one

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.at