



Fotokonzept

für den Tourismus
in Oberösterreich

oberoesterreich.at

Authentizität: Näher, echter, mehr.



Es ist die Sehnsucht nach dem Authentischen, die unsere Gäste antreibt, Oberösterreich für sich zu entdecken. Mit unserer Begeisterung als Gastgeber schaffen wir in persönlichen Begegnungen genau diese echten Momente, die in Erinnerung bleiben und Lust auf mehr machen.

Auch in unserer Bildsprache möchten wir berühren und unglaublich überraschen. In den Bildern können wir Geschichten erzählen, die glaubwürdig sind und das Einzigartige an Oberösterreich sichtbar machen. Nutzen Sie diesen Leitfaden, um auch Ihre Geschichten zu erzählen!

Authentizität:
Näher, echter, mehr.



Es gilt die Oberösterreich Momente
– die **#uppermoments** – festzuhalten,
denn der Bildstil muss unsere
Markenwerte widerspiegeln.

**Echt,
geradlinig,
fortschrittlich,
selbstbewusst,
belebend,
überraschend.**

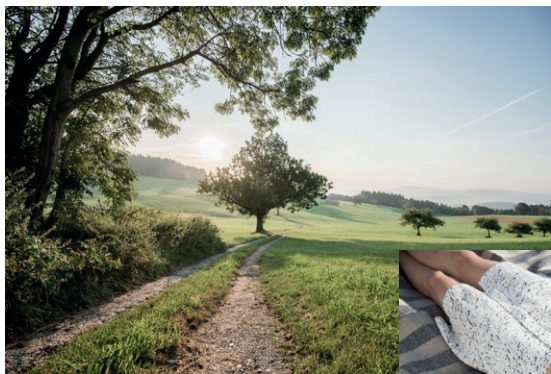
Authentizität: Näher, echter, mehr.

Was ist der Oberösterreich Moment?

Die Urlaubsziele sind die Destinationen — Oberösterreich ist der ganz besondere Moment, welcher in jeder Destination steckt. Emotion. Entdecken und Staunen, überraschen!

Grundkonsens:

- Wir erzählen Geschichten und echte Erlebnisse
- Wir verstecken Teile des Bildes und erzeugen Spannung
- Wir entdecken Dinge
- Wir bedienen Sinne wie Schmecken, Hören, Fühlen, Riechen
- Die Fotografie muss so nah wie möglich an der Realität sein.



**Landschaften +
Personen
= Stories**



Bildaufbau:



- Nach Möglichkeit: „3 Bilder Geschichten“ erzählen
 1. Landschaften/Panoramen
 2. Landschaften + Personen
 3. Close-ups/Details
- Personen können, müssen aber nicht im Zentrum sein.
- Die abgebildeten Personen sehen nie direkt in die Kamera.

Hier gilt:

- Weniger ist mehr
- Weniger Locations, mehr Vorbereitung, mehr Zeit bei den Shootings, weniger Motive, diese dafür durchdacht und zielgerichtet
(Max. 3 verschiedene Locations pro Shootingtag)

Stimmung/Emotion:



Oberösterreichs Bild- bzw. Fotostil hängt stark von den vermittelten Stimmungen ab. Wichtig ist stets die Glaubwürdigkeit und Authentizität. Das Repertoire an darstellbaren Gefühlen ist groß und kann vielfältig gezeigt werden, wie z.B. belebt, entspannt, konzentriert etc.

Wir wollen eine große emotionale Bandbreite zeigen, und uns nicht NUR durch Lachen definieren. Das Briefing an die Models am Set sollte daher auch immer eine Liste an Emotionen (inkl. passender Beschreibung) enthalten. (Max. 12 ausgesuchte Bilder pro Shooting).

**Emotionen:
entspannt,
belebt,
konzentriert,
angestrengt,
USW.**

Models/Styling/Posen: Auf Natürlichkeit achten!



Models: Keine „klassischen“ Katalog-Models. Wir möchten keine objektive „Perfektion“, sondern echte, charismatische Menschen, die natürlich agieren. Ganz besonders sollen auch (fotogene) „Locals“ vor den Vorhang geholt werden.

Styling & Requisite: Kleidung sollte nicht neu gekauft wirken, auf aktuelle Kleidung achten. Keine Logos, keine extrem knalligen Farben. Einfarbige Shirts, keine Muster. Auch auf Requisite achten. (z.B. keine modischen Accessoires und technische Geräte, die ggf. bald schon wieder „aus der Mode“ sind). Falls Product Placement explizit erwünscht: Auf Authentizität und natürliche Inszenierung achten!

zB. Radfahren: Die Fahrräder sind offensichtlich nicht „fabriksneu“. Es kann ruhig etwas Staub und Schmutz sichtbar sein (keine noch „glänzenden“ Reifen etc.) Die Models sollten tatsächlich vorab bereits am Rad gefahren sein, je authentischer desto besser. Wir porträtieren Personen in ihrer Aktion.

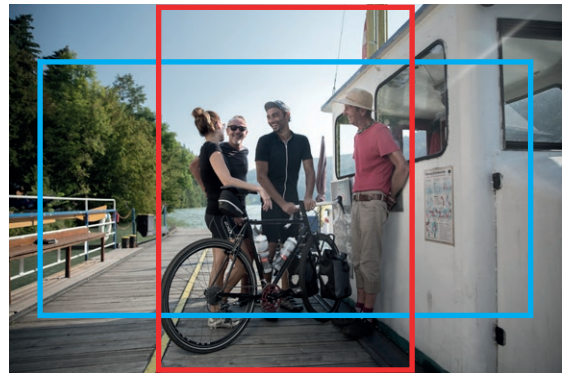
Posen: Keine Klischee-Posen, natürliche Situationen. Wir beobachten die Models beim aktiven Tun, wir behaupten nicht etwas. Je authentischer die Situation ist, desto besser. Die Situationen sollten vorher im Rahmen des „Moodboards“ gut beschrieben werden. Die Beschreibung soll auch Hintergrunddetails enthalten: Was machen die Personen? In welcher Beziehung stehen sie zueinander? Welche Emotion haben sie?

Wetter/Lichtstimmung:



- Sonne mit Wolken ist besser als wolkenlos
- Gerne Gegenlicht bei tief stehender Sonne, die Sonne darf auch im Bild sein, auch bei Wind und Wetter.
- Keine geblitzt aussehenden Aufnahmen, kein hartes frontales Blitzlicht, natürliche Lichtstimmung.

Technisches:



Bildausschnitt:

- Grundsätzlich bevorzugt Querformat (digital first), ausser explizit als Hochformat gebrieft.
- Immer auf genügend Bildraum rundherum achten, damit auch panorama-artige oder hochformatige Auschnitte realisierbar sind (siehe Bild rechts oben).

Farbgebung/Sättigung:

- Leicht entsättigte Farben, leicht entsättigte Hauttöne.
- Keinesfalls HDR-Anmutung.
- Da durch die Landschaften viele Grüntöne im Bild verankert sind, sollten diese so natürlich wie möglich gehalten werden.

Blickwinkel/Perspektiven/Bildauschnitte:

- Vorsicht bei extremen Weitwinkelaufnahmen
- Keine unnatürlichen Verzerrungen oder gekippte Aufnahmen.
- Gerne originelle Perspektiven (zB. Vogel- und Froschperspektive)
- Fotograf sollte bei Nahaufnahmen als Teil der Gruppe wirken und die Nähe zur Kamera spürbar sein.

Bildschärfe:

- Selektive Schärfe auf den wichtigen Bildelementen. Rest in Unschärfe. (z.B. Fokussierung auf bestimmte Bildelemente)
- Auch weiche, verträumte Bilder sind OK
- Unschärfe in Vordergrund bei extremen Nahaufnahmen, bei denen die Landschaft im Hintergrund maßgeblicher ist als die Person. (z.B. zur verstärkten Gewichtung auf Umgebung)

Retusche/Farbkorrektur:

- Natürliche Hautretusche, keine „Weichzeichnerhaut“
- Keine Effekte und keine auffälligen Filter.

Datei und Filesize:

- Min. A3 bei 300dpi

Fotografen Auswahl/Briefing:



- Referenzfotos zeigen lassen (je nach Bedarf z.B. Naturaufnahmen, Portraits, Sportfotos)
- Vor dem Shooting = Ausarbeitung eines detaillierten Moodboards, das die gewünschten Motive, Stories, Emotionen und Stimmungen definiert und genau beschreibt. (ggf. in Abstimmung mit Art Director und/oder Fotografen)
- Das Briefing des Fotografen muss immer mit Hilfe des vorliegenden Fotokonzepts sowie passender Referenzbilder erfolgen.

Kontakt.

Oberösterreich Tourismus GmbH

Freistädter Straße 119, 4041 Linz
+43 732 7277-100
tourismus@oberoesterreich.at

oberoesterreich-tourismus.at
oberoesterreich.at

