

Tirolissimo neu 2027

Konzeptpapier zur Neuausrichtung
des Tiroler Kreativpreises für
gestaltete Kommunikation und Design

Stand

Version_fin, Oktober 2026

Basis

Ergebnisse der Arbeitsgruppe »Tirolissimo neu«, Ausschusssitzungen, SWIPER-Umfrage

Mitglieder der Arbeitsgruppe:

Kurt Höretzeder (Projektleitung), Mark Grünberger, Angi Reisinger, Lukas Nöckler-Wimmer,
Ronny Exenberger, David Johansson, Raphael Lepuschitz

Summary

Der Tirolissimo bleibt bestehen, weil es ihn braucht – aber er wird neu aufgeladen. Aus einem Werbepreis wird ein Kreativpreis für gestaltete Kommunikation und Design: klarer in der Aussage, offener in den Disziplinen, nachvollziehbarer in der Bewertung.

Der Name bleibt, weil seine Bekanntheit ein Wert ist, den man nicht leichtfertig aufgibt. Auch die Trophäe bleibt im Kern erhalten. Neu ist, wofür der Preis steht: nicht für die lauteste Kampagne, sondern für die tragfähigste Arbeit – für Kommunikation, die von einem echten Problem ausgeht, eine Idee findet, Wirkung erzielt und Bestand hat.

Vier Festlegungen tragen die Neuausrichtung:

- **Positionierung: Vom Werbe- zum Kreativpreis.**
Die Qualitätslogik folgt der Kette Problem → Idee → Wirkung → Nachhaltigkeit. Der Preis adressiert künftig nicht nur die Branche, sondern auch Auftraggeber:innen und die interessierte Öffentlichkeit.
- **Kategorien: Spürbar reduziert und interdisziplinär offen formuliert.**
Acht Hauptkategorien plus Sonderpreise, statt einer zergliederten Systematik. Eine Öffnung Richtung Fotografie, Film und Musik wird vorbereitet und mit den betroffenen Fachgruppen abgestimmt.
- **Bewertung: Ein zweistufiges Verfahren.**
Longlist per Online-Voting, Shortlist durch eine Präsenzjury – bewertet in vier gleich gewichteten Dimensionen: Strategische Schärfe, Kreative Kraft, Umsetzungsexzellenz, Ergebnisse & Nachhaltigkeit.
- **Inszenierung: Weniger Show, mehr Projekt.**
Ausgezeichnet wird in Stufen (Bronze/Silber/Gold); die Gala gibt den Arbeiten Raum, statt sie im Ablauf zu verwalten.

Ein eigenständiges Erscheinungsbild – anschlussfähig an das Corporate Design der Fachgruppe, aber mit eigenem Charakter – und ein wechselndes Leitmotto machen die Neuausrichtung sichtbar und erneuerbar.

Dieses Papier fasst die Beschlusslage zusammen und benennt die offenen Punkte. Es dient dem Ausschuss als Abstimmungsgrundlage und bildet zugleich den inhaltlichen Kern des Briefings, mit dem die Durchführung des Tirolissimo 2027 ausgelobt wird. Der Auslobungsteil am Ende ist als Entwurf gekennzeichnet und vor Veröffentlichung zu finalisieren.

Einleitung

Warum ein neuer Tirolissimo?

Es gibt einen Moment, in dem eine Auszeichnung mehr wird als eine Trophäe: Wenn sie zeigt, wofür eine ganze Branche steht. – Der Tirolissimo hat diesen Moment verdient. Über Jahre hat er sichtbar gemacht, was in Tirol gestaltet wird, und über die Jahre haben sich die Fragen verschoben: Es geht längst nicht mehr nur um Werbung, sondern um kreative Kommunikation und zeitgemäßes Kommunikationsdesign, die von echten Problemen ausgehen, eigenständige Ideen finden, Wirkungen erzielen und dabei auch auf das gesellschaftliche Umfeld achten, auf das sie Bezug nehmen. Genau solche Arbeiten wollen wir künftig auszeichnen.

Deshalb wird der Tirolissimo grundlegend neu gedacht. Nicht, weil das Alte schlecht war, sondern weil das, was unsere Mitglieder leisten, einen Preis verdient, der auf der Höhe dieser Leistung ist. Aus einem Werbepreis wird ein Kreativpreis für gestaltete Kommunikation – offener in den Disziplinen, klarer in der Aussage, ehrlicher in der Bewertung. Und mit einem klaren Fokus auf den Wert herausragender, originärer, von Menschen geschaffener und kuratierter Ideen. Kreative Intelligenz versus ... ihr wisst schon.

Dieser Kreativpreis ist eine Einladung. An die Branche, sich an ihren besten Arbeiten zu messen. An unsere Auftraggeber:innen, um zu sehen, was aus echter Zusammenarbeit entstehen kann. Und an die Öffentlichkeit, diese Qualitäten wahrzunehmen, die hier – oft im Verborgenen – jeden Tag entstehen.

Wir wissen, dass Veränderung Vertrauen braucht. Der Name bleibt, die Trophäe bleibt, die Idee dahinter wird geschärft. Was sich ändert, ändert sich aus einem Grund: damit der Tirolissimo wieder das ist, was er sein soll – der Maßstab für gute kreative Arbeit in Tirol, gesetzt von denen, die sie machen.

1.

Ausgangslage und Auftrag

Der Tirolissimo ist der im Zweijahresrhythmus durchgeführte Tiroler Landespreis für kreative Kommunikation und zeitgemäßes Kommunikationsdesign. In mehreren Workshops der Arbeitsgruppe »Tirolissimo neu« und in den Ausschusssitzungen der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Tirol wurde geklärt, ob und wie der Preis fortgeführt werden soll. Das Ergebnis ist eindeutig: Der Preis wird gebraucht – aber er braucht eine Neupositionierung.

Anlass ist Kritik aus der Branche und der Wunsch nach mehr Klarheit und spürbarem Mehrwert. Der bisherige Zuschnitt als »Werbepreis« bildet die Realität gestalteter Kommunikation nicht mehr ab; die Kategorien waren zu zahlreich, die Bewertung zu wenig nachvollziehbar, die Gala zu stark auf Show und zu wenig auf die Arbeiten ausgerichtet.

Auftrag dieses Papiers

- Die getroffenen Festlegungen für den Ausschuss übersichtlich zusammenzuführen und abstimmbare zu machen.
- Die inhaltliche Grundlage für das Briefing zur Auslobung der Durchführung des Tirolissimo 2027 zu liefern.
- Offene Punkte und nächste Schritte zu benennen, ohne sie vorschnell zu schließen.

2.

Neupositionierung

Vom Werbepreis zum Kreativpreis für gestaltete Kommunikation und Design – das ist keine kosmetische Umbenennung, sondern eine Verschiebung dessen, was ausgezeichnet wird.

Nicht die Lautstärke einer Maßnahme entscheidet, sondern ihre Qualität: ob sie von einem echten Problem ausgeht, eine eigenständige Idee entwickelt, Wirkung erzielt und über den Moment hinaus Bestand hat. Diese Kette bildet die Qualitätslogik des Preises.

Die Qualitätslogik

Stufe	Frage, die die Arbeit beantworten muss
Problem	Von welcher realen Aufgabe, welchem Spannungsverhältnis geht die Arbeit aus?
Idee	Was ist der eigenständige, unterscheidbare Gedanke – jenseits des Naheliegenden?
Wirkung	Was hat sich verändert – für Auftraggeber:in, Zielgruppe, Öffentlichkeit?
Nachhaltigkeit	Was bleibt – inhaltlich, gestalterisch, ökonomisch, gesellschaftlich?

Festlegungen im Überblick

- **Bestand:** Der Preis bleibt bestehen; die Notwendigkeit ist bestätigt.
- **Name:** Der Name »Tirolissimo« wird beibehalten. Seine Bekanntheit ist ein Aktivum, das neu aufgeladen und nicht ersetzt wird.
- **Trophäe:** Die Trophäe bleibt im Kern erhalten; Anpassungen bei Material und Ausführung sind möglich.
- **Markenkern:** Markenkern, Mission und Leitbild sind ausgearbeitet und müssen in einen konsistenten Kommunikationsauftritt übersetzt werden.
- **Erscheinungsbild:** Ein eigenständiges visuelles Erscheinungsbild wird befürwortet – anschlussfähig an das CD der Fachgruppe, aber ausreichend eigenständig.
- **Leitmotto:** Ein wechselndes Motto gibt jeder Ausgabe einen inhaltlichen Impuls für Inszenierung, Kommunikation und Begleitmaßnahmen.

3.

Zielgruppen und Öffnung

Der Preis richtet sich künftig an drei Kreise zugleich – und gewinnt damit Sichtbarkeit über die Branche hinaus.

- **Die Branche:** Als Ort der Anerkennung und des fachlichen Maßstabs.
- **Auftraggeber:innen:** Als Beleg dafür, dass gute Kommunikation aus echter Zusammenarbeit entsteht und Wirkung erzielt.
- **Öffentlichkeit:** Als Fenster auf kreative Dienstleistungen und gestalterische Qualität, die in Tirol entstehen.

Öffnung Richtung Fotografie, Film und Musik

Die Öffnung des Preises für benachbarte Disziplinen ist grundsätzlich beabsichtigt. Sie macht den interdisziplinären Anspruch glaubwürdig und bildet ab, wie gestaltete Kommunikation heute tatsächlich entsteht.

Mit dem vorliegenden Konzeptentwurf ist die Öffnung gegenüber der Fachverband Film & Musik sowie der Innung der Berufsfotograf:innen abzustimmen. Danach werden Kategoriezuschnitt und Einreichbedingungen für diese Disziplinen final festgelegt.

4.

Kategorien und Einreichlogik

Die Struktur gruppiert die Einreichungen in acht Hauptkategorien. Die je Kategorie genannten Tags dienen der Zuordnung und dem fairen Vergleich innerhalb der Kategorie – sie sind keine eigenen Preisklassen und keine abschließende Liste, sondern Orientierung.

Hauptkategorien (Entwurf):

Kategorie	Orientierung · Tags
1 Kampagne Die kanalübergreifende Kommunikationsidee. Prämiert wird die Leitidee, nicht der Media-Mix.	Print / OOH · Audio / Radio · Social & Digital · Influencer / Creator · Content-Marketing · Integrierte Kampagne · Low-Budget
2 Branding Marken entwickeln, positionieren, neu erfinden – nach außen wie nach innen.	Brand Launch · Rebranding / Repositionierung · Markenarchitektur / Naming · Employer Branding
3 Craft & Design Die gestalterische Einzelleistung. Juriert innerhalb der Disziplin.	Art Direction · Corporate Design · Editorial · Typografie · Illustration · Fotografie (mit FI näher zu definieren) · Packaging · Text / Copy
4 Film, Motion & Audio Bewegtbild als eigene Disziplin – vom 15-Sekunden-Clip bis zum Kinofilm.	Spot (TV / Kino) · Imagefilm · Social Video / Reel · Branded Content · Animation / Motion · Sound Design · Musik (mit FG näher zu definieren) · Film / Doku (mit FG näher zu definieren)

Kategorie	Orientierung · Tags
5 Digital & Innovation Neue Formate, Technologien, Experimente. Technologie im Dienst der Idee.	AI-Anwendung · AR / VR / immersiv · Interaktive Formate / Plattform · UX / UI · Datengetriebene Kreation · Prototyp / Experiment
6 Brand Experience & Live Marken physisch und hybrid erlebbar machen.	Event / Inszenierung · Messe / Ausstellung · Pop-up / Retail · Aktivierung / Promotion · Hybrides Format · Raumgestaltung und Szenografie
7 Tourismus, Standort & Region Die Tiroler Kernkategorie – Destinationen, Orte, Standort, regionale Identität. Ausdrücklich auch im kleinen Maßstab.	Destinations- / Tourismuskampagne · Standort- / Regionalmarketing · Tourismus- und Standortmarken / regionale Identität · Regionale Produkte & Betriebe · Kultur- / Sport- / Leuchtturmevent
8 Nachhaltigkeit & Gesellschaft Verantwortungsvolle Kommunikation mit Haltung. Glaubwürdigkeit als Kernkriterium.	Umwelt / Nachhaltigkeit · Gesellschaftliches Engagement · Diversity & Inclusion · NGO / gemeinnützig · Bewusstseins- / Verhaltenskampagne

Nominierung und Prämierung der Projekte Fotografie, Film und Musik durch die jeweiligen Fachgruppen in separaten Jurierungen. Genauer Modus ist auszuarbeiten.

Sonderpreise:

Diese stehen außerhalb der Kategorienlogik und legen das Augenmerk auf besondere Aspekte:

Sonderpreis	Beschreibung
Vergeben durch die Jury auf Basis des Gesamtbilds:	
Grand Prix	höchste Auszeichnung der Ausgabe, über alle Kategorien hinweg.
Sonderpreis der Jury	Arbeit, die sich der Kategorienlogik entzieht und dennoch Maßstäbe setzt.
Junior Award	Nachwuchs- und Ausbildungsarbeiten (HTL, WDA, Ferrari-Schule); Thema wird von der Fachgruppe vorgegeben.

Vergeben von der Fachgruppe auf Basis eines Dreivorschlags:

Agentur des Jahres	überzeugendste Gesamtleistung eines Studios / einer Agentur.
Newcomer des Jahres	herausragende neue Stimmen der Branche.
Kund:in des Jahres (optional)	herausragende Zusammenarbeit auf Auftraggeberseite

Kategorienzuschnitt und Tags sind Arbeitsstand V1. – Die Öffnung Richtung Fotografie, Film und Musik (Kap. 3) ist bei den betroffenen Kategorien – insbesondere Craft & Design und Film, Motion & Audio – mit den Fachgruppen abzustimmen.

5.

Markenkern, Mission, Leitbild, Motto

Nachfolgend ein erster Entwurf zu Markenkern, Mission und Leitbild des neuen Tirolissimo, die allen operativen Umsetzungen zugrunde liegen:

Markenkern

Der Tirolissimo ist ein Kreativpreis für gestaltete Kommunikation und zeitgemäßes Kommunikationsdesign. Er zeichnet Arbeiten aus, die ein Problem verstehen, es mit einer tragfähigen Idee lösen, dabei ästhetische Ansprüche behaupten und Wirkungen entfalten, die bleiben.

In einem Satz: *Qualität sichtbar machen – nicht Lautstärke.*

Mission

Der Tirolissimo macht die kreative Leistung Tirols sichtbar, vergleichbar und diskutierbar. Er setzt einen Maßstab dafür, was gute Kommunikation ausmacht – jenseits von bloßer Reichweite und Budget – und stärkt damit das Selbstverständnis einer Branche, die von Ideen lebt.

Er bewertet entlang einer klaren Kette: Problem → Idee → Wirkung → Nachhaltigkeit. Nicht das Format entscheidet, sondern ob eine Arbeit trägt.

Er will durch seinen Anspruch und seine Vorbildwirkung ein wesentlicher Impuls sein, die Qualität kreativer Dienstleistungen im Bereich gestalteter Kommunikation in Tirol weiter zu steigern.

Leitbild (Manifest)

Der Tirolissimo zeichnet aus, was trägt.

Nicht das lauteste Signal. Sondern die klarste Idee.

Er beginnt bei einem Problem. Er sucht die Antwort, die stimmt – gestalterisch eigenständig, handwerklich genau, in der Wirkung dauerhaft.

Er misst nicht Budget. Er bewertet Qualität.

Gute Kommunikation entsteht aus echten Geschichten – von Menschen, Orten, Produkten, Landschaften. Der Tirolissimo macht sie sichtbar.

Er ist Maßstab und Diskurs zugleich: ein Ort, an dem Können ernst genommen wird – für Auftraggeber:innen, für den Nachwuchs, für die Region.

Er würdigt gestaltete Kommunikation als Disziplin mit eigenem Anspruch.

Problem. Idee. Wirkung. Nachhaltigkeit.

Motto

Jeder Tirolissimo steht unter einem Motto, das Markenkern, Mission und Leitbild in eine eingängige, intelligente Botschaft übersetzt, die nach außen in Richtung Öffentlichkeit ebenso wirkt wie nach innen in Richtung der eigenen Branchen.

6.

Bewertung, Jury und Preisvergabe

Zweistufiges Verfahren

Stufe	Verfahren	Ergebnis
	Mi., 25. August 2027	Schluss Einreichungsphase
1. Vorauswahl	Online-Voting Jury bis Mi., 8. September 2027	Longlist: 150 Projekte
Nominee-Day 1	Fr., 9. September 2027, 10 Uhr, Live-Stream	Bekanntgabe Longlist
2. Hauptjury	Jurierung in Präsenz Fr., 10. September 2027	Shortlist: 75 nominierte Projekte
Nominee-Day 2	Fr., 17. September 2027, 10 Uhr, Live-Stream	Bekanntgabe Shortlist, Veröffentlichung der nominierten Projekte auf der FG-Website

Vier Bewertungsdimensionen – je 25 %

Dimension	Worauf sie zielt
Strategische Schärfe	Klarheit von Problem, Ziel und Ansatz
Kreative Kraft	Eigenständigkeit und Qualität der Idee
Umsetzungsexzellenz	Handwerkliche und gestalterische Güte der Ausführung
Ergebnisse & Nachhaltigkeit	Nachweisbare Wirkung und Bestand über den Moment hinaus

Vergabelogik

- **Stufen:** Ausgezeichnet wird in Stufen: Bronze, Silber, Gold.
- **Kontingent:** Insgesamt rund 25 Tirolissimi – nicht automatisch pro Kategorie, sondern abhängig von der Qualität der Einreichungen. Qualität geht vor Quote. Wie viele Preise innerhalb der jeweiligen Stufen Bronze, Silber und Gold vergeben werden, obliegt der Jury.
- **Sonderpreise:** Grand Prix / Agentur des Jahres, Newcomer, Nachhaltigkeit und Junior Award ergänzen die kategoriale Vergabe.

Ein Juryleitfaden (Zielsetzung, Bewertungslogik und -kriterien, Leitlinien) ist zu erstellen. Er sichert eine einheitliche, nachvollziehbare Bewertung über beide Stufen.

Juryzusammensetzung

Die Jury des Tirolissimo setzt sich aus Expert:innen zusammen, die außerhalb Tirols tätig sind: in den anderen Bundesländern Österreichs sowie im benachbarten Ausland, insbesondere in Südbayern und Südtirol. Ihre Zusammensetzung orientiert sich an den Hauptkategorien, sodass jede Disziplin durch Juror:innen mit einschlägiger Erfahrung vertreten ist. Überwiegend sind dies erfahrene Gestalter:innen und Konzeptionist:innen aus namhaften Agenturen und Studios, aus deren Kreis auch der Juryvorsitz kommt. Bei der Zusammenstellung wird darüber hinaus auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis geachtet.

Mitglieder des Ausschusses der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Tirol sowie generell Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Tirol dürfen der Jury nicht angehören. Wer aus dem Kreis der Juror*innen zu einer Einreichung ein zufälliges Naheverhältnis hat, enthält sich bei dieser Arbeit der Stimme.

Die Jury arbeitet unabhängig und frei von jeglichen äußeren Einflussnahme. Der gesamte Bewertungsprozess wird notariell begleitet. Für die Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Tirol besteht die Möglichkeit, nach vorheriger Anmeldung an der ersten Bewertungsrunde als stille/r Beobachter*in an der Jurysitzung teilzunehmen.

7.

Gala, Inszenierung, Location, Zeitplan

Mehr Fokus auf die Projekte, weniger Show. Die Vergabe folgt den Auszeichnungsstufen (Bronze/Silber/Gold) statt strikt der Kategorienreihenfolge. Die Bühne gibt den Arbeiten Raum – für inhaltliche Vermittlung, für Entstehung und Herausforderungen, für das Gespräch.

Stufe	Format auf der Bühne	Dauer (Richtwert)
Bronze	Kurzvorstellung des Projekts	ca. 2 Min.
Silber	Vorstellung mit Einordnung	ca. 3 Min.
Gold	Vorstellung inkl. Gespräch	ca. 5–7 Min.

Der Gala vorangestellt, wird die zweite Ausgabe des **Fachgruppen-Summits**.

Zeitplan	Inhalt	Dauer (Richtwert)
14:00–18:00 Uhr	Fachgruppensummit	4 Stunden
18:00–19:30 Uhr	Gettogether + Essen	1 Stunde
19:30–21:00 Uhr	Preisverleihung	2 Stunden
ab 21:00 Uhr	Afterparty	

Location

Für jede Preisverleihung soll eine neue Location ausgesucht werden, die über eine angemessene Strahlkraft verfügt sowie zum Anspruch und Charakter des Tirolissimo sowie der Kreativbranche insgesamt passt – schön, interessant und nicht zu clean. Im Wechsel sollte der Austragungsort zwischen Innsbruck und Locations außerhalb der Landeshauptstadt gewählt werden.

Zeitplan

Dieser Zeitplan dient zur Orientierung der Planung der wichtigsten Projektschritte:

Termin	Meilenstein
Anfang Juli	Start Einreichphase
ca. 25. August	Schluss Einreichphase
bis ca. 10. September	Schluss Online-Vorjury (Mittwoch)
Folgetag	Nominee-Day 1 – Longlist (Freitag, 10 Uhr, Live-Stream)
Folgetag	Jurysitzung (Freitag, Get-together am Abend davor)
1 Woche	Nominee-Day 2 – Shortlist (Freitag, 10 Uhr, Live-Stream)
ca. 20. Oktober	Fachgruppen-Summit, Preisverleihung (Donnerstag)

8.

Einreichprozess und Agentur-Support

Für die Einreichung wird das vom Fachverband österreichweit entwickelten Einreichsystems mit strukturiertem Formular (rund zehn Minuten Einreichzeit) und Case-Upload genutzt.

Bausteine des Einreichformulars

- Positionierung
- Zielgruppe
- Problem / Ziel
- Insight / Kernbotschaft
- Medien
- Ergebnisse
- Nachhaltigkeit
- Case-Material

Begleitung der Agenturen

Online-Workshops im Vorfeld führen in Logik, Kriterien und Formular ein und heben die Qualität der Einreichungen. Ein Agenturleitfaden (Regeln, Bedingungen, Showcases, Workshop) begleitet den Prozess.

9.

Fahrplan und Meilensteine 2026/27

Termin	Meilenstein
Anfang September 2026	Erstentwurf »Tirolissimo neu« inkl. Markenkern / Mission / Positionierung; Versand zur Abstimmung (Film & Musik, Fotografie)
10. Sept. 2026	Präsentation Ausschusssitzung #4.2026
24. Sept. 2026	Präsentation der grundlegenden Änderungen beim Fachgruppen-Summit + Newsletter Oktober
Ende Okt. 2026	Briefing & Call zur Tirolissimo-Durchführung Einreichung mit Agenturportfolio sowie ausgewählten Themen, die skizzenhaft präsentiert werden müssen (max. 3–5 geladene Anbieter)
Ende November 2026	Auftragsvergabe (für 1 Ausgabe, Option auf 1 weitere)
Jänner–März 2027	Detailplanung
Mo., 5. Juli 2027	Start Einreichphase
Fr., 20. August 2027	Schluss Einreichphase
Mi., 25. August 2027	mögliche Verlängerung Einreichphase
bis Mi., 8. September 2027	Online-Vorjury
Fr., 9. September 2027	Nominee-Day 1 – Longlist (10 Uhr, Live-Stream)
Fr., 10. September 2027	Jurysitzung (Get-together am Do., 9. Sept. abends)
Fr., 17. September 2027	Nominee-Day 2 – Shortlist (10 Uhr, Live-Stream)
Do., 21. Oktober 2027	Fachgruppen-Summit, Preisverleihung