




---

 International Press Service
 

---

Ressort: Mixed News

## Icelandair sucht den schlechtesten Fotografen der Welt

Reykjavík, 04.04.2026 [ENA]

Reykjavík [ENA] – Icelandair startet eine ungewöhnliche Werbeaktion und sucht den „schlechtesten Fotografen der Welt“. Die Airline bietet eine zehntägige Reise nach Island, um zu zeigen, dass selbst Menschen ohne fotografisches Talent dort starke Bilder aufnehmen können. Genau diese Mischung aus Ironie, Naturkulisse und Tourismuswerbung verschafft der Kampagne derzeit viel Aufmerksamkeit.

Die Idee setzt auf ein einfaches, aber wirkungsvolles Paradox: Wenn sogar ein sehr schlechter Fotograf beeindruckende Bilder mit nach Hause bringt, dann ist der eigentliche Star nicht der Mensch hinter der Kamera, sondern das Land selbst. Genau darauf baut die neue Aktion von Icelandair. Die Fluggesellschaft wirbt mit einer ungewöhnlichen Auswahl und sucht bewusst keinen Profi, sondern jemanden, der fotografisch eher wenig Talent mitbringt. Icelandair schlägt eine zehntägige Reise vor, um zu beweisen, dass selbst die schlechtesten Fotografen in Island außergewöhnliche Bilder des Landes machen können.

Hinter der ironischen Kampagne steckt eine klare touristische Botschaft. Island soll als Reiseziel präsentiert werden, das mit seiner Naturkulisse praktisch jede Aufnahme aufwertet. Gletscher, Lavafelder, Wasserfälle, schwarze Strände und weite Himmelslandschaften schaffen Bedingungen, unter denen selbst ungenaue Bildkompositionen oder technische Fehler weniger ins Gewicht fallen. Die Aktion spielt daher bewusst mit Selbstironie und mit der Idee, dass nicht Perfektion entscheidend ist, sondern die Kraft des Ortes. Gerade das macht die Kampagne aufmerksamkeitstark und leicht teilbar.

Gleichzeitig zeigt die Initiative, wie eng Tourismuswerbung, soziale Medien und visuelle Kommunikation inzwischen miteinander verbunden sind. Es geht längst nicht mehr nur darum, ein Flugticket zu verkaufen, sondern ein Erlebnis zu inszenieren, das Geschichten, Bilder und Reichweite erzeugt. Der Reiz der Aktion liegt genau in diesem Perspektivwechsel: Nicht der beste Fotograf wird belohnt, sondern der schlechteste. So wird Island als ein Reiseziel präsentiert, das selbst aus Unsicherheit, Fehlern und Zufall noch starke Bilder entstehen lässt – und genau darin liegt die eigentliche Stärke dieser Werbeidee.

[Bericht online lesen:](#)

[https://culture.en-a.eu/mixed\\_news/icelandair\\_sucht\\_den\\_schlechtesten\\_fotografen\\_der\\_welt-93398/](https://culture.en-a.eu/mixed_news/icelandair_sucht_den_schlechtesten_fotografen_der_welt-93398/)

Redaktion und Verantwortlichkeit:

---

### Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

### Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Francesco Pace

---

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.