

EFFIE in Silber und Kunststücke in Gold für MAK Kampagne von DMB.

Der Award-Reigen für die bereits vielfach ausgezeichnete
MAK Kampagne geht weiter

1

MAK – Presse und
Öffentlichkeitsarbeit

Presseinformation
Wien, 17.11.2023

presse@MAK.at

Die MAK Kampagne „Ich MAK angewandte Kunst“ von DMB. setzt ihren erfolgreichen Lauf bei Kommunikationspreisen fort: Bei den gestern vergebenen begehrten EFFIE Awards 2023 der IAA – International Advertising Association holte die MAK Kampagne Silber in der Kategorie Brand Experience. Nur einen Tag zuvor gab es beim Kulturaward „Kunststücke“ von Kulturformat Gold in der Kategorie Bildende Kunst & Kultur. Damit wurde die gemeinsam mit der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann / DMB., sowie Media1 entwickelte Imagekampagne des MAK bei insgesamt sechs Awards ausgezeichnet – außerdem Gold bei den ORF-Awards 2023 (ORF-Onward), Silber bei den Media Awards 2023 (Kategorie Exzellente Media-Innovation), fünfmal Bronze bei den CCA Venus Awards (Creative Media, OOH Klassische Werbeformen, Digital Craft, OOH Spezielle Werbeformen und Online Ads) und Gold beim iab webAD (Beste Display & Mobile Ad).

„Wir freuen uns sehr über die vielfachen Auszeichnungen und gratulieren Marcello Demner und seinem Team der Agentur DMB. für die verdiente Anerkennung bei nahezu allen renommierten österreichischen Awards. Der Gewinn des EFFIE ist eine besondere Würdigung für das MAK und DMB, zeichnet der EFFIE doch Auftraggeber und Agentur gemeinsam mit Blick auf die erzielte Effektivität aus. Bei den „Kunststücken“ ist es eine große Freude, dass die MAK Kampagne nicht nur in der Expertenjury, sondern auch im Publikumsvoting überzeugen konnte – ein großartiger Erfolg auf allen Ebenen“, so Lilli Hollein, Generaldirektorin des MAK.

„Unser Ziel war es, eine Kampagne zu gestalten, die eine breite Zielgruppe anspricht und sie dazu ermutigt, das MAK zu besuchen. Die bisherigen Auszeichnungen und der Gewinn des EFFIE sind für uns ein weiterer Beweis für das Konzept, und es freut uns zu sehen, wie effektiv dieses für das MAK ist. Wir möchten uns bei Lilli Hollein und dem gesamten MAK Team für ihr

M

A

K

Vertrauen und die Zusammenarbeit während dieser Kampagne bedanken“, so Marcello Demner, Geschäftsführung DMB.

Ein einfaches Wortspiel ist die Grundidee der MAK Kampagne, die im Oktober 2022 ausgerollt wurde. „Ich MAK angewandte Kunst“, „Jugend, ich MAK Deinen Stil“ oder „Helmut, ich MAK dich schon lang“ heißt es etwa auf den zahlreichen Sujets, die für Print, Online und Out of Home (OOH) entwickelt wurden und auch über die diversen MAK-Kanäle on- und offline ausgespielt werden. Nach der ersten Kampagnenwelle, die bis ins Frühjahr 2023 dauerte, werden die Sujets punktuell über die nächsten Jahre eingesetzt und weiterentwickelt.

2

Als nächster Award ist der ADCE Best of European Design and Advertising Award im Rennen. Die MAK Kampagne ist in den Kategorien Brand Experience, Print & Outdoor und Interactive & Mobile nominiert.

Pressefotos zur MAK Kampagne unter [MAK.at/presse](https://www.mak.at/presse) zum Download.

MAK Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Judith Anna Schwarz-Jungmann (Leitung)

T +43 1 71136-213, judith.schwarz-jungmann@MAK.at

Sandra Hell-Ghignone

T +43 1 71136-212, sandra.hell-ghignone@MAK.at

Ulrike Sedlmayr

T +43 1 71136-210, ulrike.sedlmayr@MAK.at

