

„Ich MAK angewandte Kunst“ DMB. entwickelt Kampagne für das MAK

1

MAK – Presse und
Öffentlichkeitsarbeit

Presseinformation
Wien, 18.10.2022

presse@MAK.at

Pressegespräch
Dienstag, 18.10.2022, 17 Uhr

„Ich MAK angewandte Kunst“
„Ich MAK lieber gute Kunst als schlechte Nachrichten“
„Jugend, ich MAK deinen Stil“
„Helmut, ich MAK dich schon lang“
....

Ein einfaches Wortspiel schafft in der neuen MAK Kampagne von Demner, Merlicek & Bergmann / DMB. kreative Spielräume für die vielseitigen Inhalte des MAK – Museum für angewandte Kunst. „Ich MAK angewandte Kunst“, „Ich MAK hingehen, mitgehen, abgehen, nie wieder heimgehen“ oder „Helmut, ich MAK dich schon lang“ heißt es etwa auf den zahlreichen Sujets, die seit Kurzem in Print, online und Out of Home (OOH) in Wien zu sehen sind.

DMB. wurde mit der Entwicklung eines Konzeptes und einer Kampagne beauftragt, die die Neuausrichtung des MAK unter Generaldirektorin Lilli Hollein unterstützt und vorantreibt. Seit September 2021 arbeitet sie intensiv daran, das Museum noch weiter Richtung Besucher*innen zu öffnen, die vielen Facetten des MAK, seiner Sammlung und seiner Inhalte publikumsnäher zu vermitteln, an Präsenz und Diversität zu gewinnen. Ein besonderes Anliegen von Lilli Hollein ist es, das MAK in der Stadt Wien sichtbarer, offener und präsenter zu positionieren.

Mit seiner Ausrichtung auf angewandte Kunst, Architektur und Design schlägt das MAK eine Brücke in den Alltag der Menschen. Vieles von dem, was im Leben der Menschen einen festen Platz hat, ist in der herausragenden MAK Sammlung von Objekten aus – unter anderem – Kunsthandwerk, Kunst,

M

A

K

Design, Grafik, Architektur und Mode und im vielschichtigen MAK Programm abgebildet.

Das MAK ist auch ein besonderer Ort. Das von Heinrich von Ferstel erbaute Museumsgebäude ist ein architektonisches Meisterwerk des Historismus, ein gebautes Manifest, das unter seinem Dach mit seinen Sammlungsobjekten einen Bogen vom Mittelalter bis in die Gegenwart und Zukunft spannt.

2

DMB. entwickelte eine Kampagne, die ebenso vielfältig, zugänglich und inspirierend ist wie das Museum am Wiener Stubenring selbst.

„Im kreativen Prozess der Gestaltung der Kampagne stand klar im Vordergrund, den Wiener*innen die Berührungsangst mit Kunst im Allgemeinen und mit Museen im Besonderen zu nehmen. Daher wurde auf eine niederschwellige, umgangssprachliche Inszenierung gesetzt. Das MAK Logo mit einem Augenzwinkern in die Botschaften mit einzubauen, erhöht dabei nicht nur die Merkfähigkeit, sondern macht das MAK Logo selbst zur Ikone“, erklärt Marcello Demner, Managing Director und Creative Producer, DMB.

Mit seinen gestalterischen und künstlerischen Themen ist das MAK eine Inspirationsquelle für Gestalter*innen und für alle Menschen, die nach Impulsen suchen. Die neue MAK Kampagne macht deutlich: Inspiration liegt nur einen Museumsbesuch entfernt.

„Ich liebe die Kampagne von DMB. Sie zeigt, wofür das MAK steht, was angewandte Kunst bedeutet. Eine positive Grundhaltung gegenüber dem Museum und seinen Sammlungsbereichen wird humorvoll transportiert, ohne das durchaus ernsthafte Selbstverständnis des MAK infrage zu stellen. Als Ort, der für herausragende Gestaltung und Kreativität steht, war klar, dass auch die Kampagne diesen Erwartungen entsprechen muss“, so Lilli Hollein, Generaldirektorin des MAK.

Bildmaterial zur neuen MAK Kampagne steht unter [MAK.at/presse](https://www.mak.at/presse) zum Download bereit.



Pressegespräch

Dienstag, 18.10.2022, 17 Uhr
MAK Forum, Stubenring 5, 1010 Wien

Rückfragen Presse:

3

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

Demner, Merlicek & Bergmann / DMB.

Janina Schwarz, MA
Senior PR Manager
+43 1 588 46-469
jas@dmb.at
dmb.at

