Cannes Lions 2022: Zehn Shortlistplatzierungen fÃ¼r Jung von Matt Donau â€“ BILD

ID: LCG22244 | 22.06.2022 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Jung von Matt Donau holt in den Kategorien „Direct", „Media", „PR" und „Social & Influencer" insgesamt zehn Shortlistplatzierungen. Die Sieger in diesen Kategorien werden am Donnerstag, den 23. Juni 2022, bekanntgegeben.

Bilder zu Meldung in der Mediendatenbank: © Jung von Matt DONAU/ WienTourismus

Wien/ Cannes (LCG) – Als erste heimische Agentur überzeugt Jung von Matt Donau mit ihrer Kampagne „Vienna Strips On OnlyFans" für WienTourismus gleich mehrere Lions-Jurys in diesem Jahr. Die Protestbewegung für die Kunstfreiheit in den Sozialen Medien holt vier Shortlistplatzierungen in der Kategorie „Direct", zwei Platzierungen in „Media", drei in „PR", und eine in „Social & Influencer". Damit hält Jung von Matt Donau insgesamt zehn Shortlistplatzierungen.

Die Kategorie „Direct" zählt heuer 1.931 Einreichungen, wovon 173 für die Shortlist nominiert sind. Die Kategorie „Media" erhielt 1.752 Einreichungen, 176 überzeugten für eine Shortlistplatzierung. 1.488 Einreichungen gingen in der Kategorie „PR" ein, davon nominierte die Jury 144 für die Shortlist und in der Kategorie „Social & Influencer" gingen insgesamt 1.642 Einreichungen ein, wovon 153 eine Shortlistplatzierung einnehmen.

Über die Kampagne

Wien ist das Zuhause einiger der größten Kunstwerke der Welt. Vor 100 Jahren kämpften Künstler wie **Gustav Klimt , Egon Schiele , Koloman Moser** und viele andere für ihre künstlerische Freiheit. 100 Jahre später machen die Algorithmen von den sozialen Plattformen Facebook und Instagram ihren Kampf obsolet. Sie kategorisieren die Kunst als „pornografisch". Die Folge sind blockierte Accounts und gelöschte Posts. Um Wiens kulturelles Erbe in diesem Klima zu bewerben, wurde als Zeichen des Protests gegen diese Zensur die explizite Kunst Wiens auf der Subscription-Plattform OnlyFans veröffentlicht. Sie ist bekannt dafür, pornografische Inhalte zu akzeptieren.

Der Wiener Tourismusverband startete die Kampagne, um für die Museen und andere Attraktionen der Stadt zu werben und zugleich gegen Online-Zensur zu protestieren.

Credits

Creative Lead: Jung von Matt DONAU
Kreativgeschäftsführung: **Werner Singer, Andreas Putz**
Creative Direction:**Michael Maria Morgenbesser**
Text: **Franziska Brunner, Johanna Philipp, David Schneider**
Etat Direction: **Franziska Maria Lequen, Sandra Ulrich**
Projektmanagement: **Liza Kölbl, Sonja Schreder**
3D-Artist: **Julian Frener**
Weitere Credits: **Mateusz Najder**

Kunde: Wien Tourismus
Director Brand Management & B2C Marketing: **Claudia Wieland**
Deputy Director Brand Management & B2C Marketing:**Lukas Merl**
Brand Management & B2C Marketing: **Isabella Graf**

Über Cannes Lions

Cannes Lions ist der weltweit führende Kreativaward unter dem Dach von „Lions -The Home of Creativity". Das gleichnamige Festival findet alljährlich im Juni in Cannes, Frankreich, statt und ist mit inspirierenden Workshops, Masterclasses und Networkingevents Anziehungspunkt für Kreative aus nahezu 100 Ländern. Die begehrte

Löwentrophäe ist der globale Maßstab für kreative Exzellenz und wird in 28 Kategorien vergeben. Weitere Informationen auf http://www.canneslions.com

Über Lions

Unter der Dachmarke „Lions -The Home of Creativity" sind die Festivals und Awards Cannes Lions, Eurobest, Dubai Lynx und Spike Asia angesiedelt. Lions bietet mit den digitalen Plattformen „Lions Live" und „The Work" zudem Inspirations-und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Kreativcommunity. Die ORF-Enterprise ist seit 1996 die offizielle Repräsentanz von Lions in Österreich. Weitere Informationen auf https://enterprise.orf.at/ awards-1/ cannes-lions sowie aufhttps://www.lionscreativity.com

Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF 1, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF-TVthek und ORF-Radiothek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals und Awards von „Lions – The Home of Creativity" sowie Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese)

zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf https://enterprise.ORF.at ,https:// contentsales.ORF.at und https://musikverlag.ORF.at

+ + +BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf http:// www.leisure.at. (Schluss)