

JKU.

Presstext Kampagne.

15.06.15

Der Presstext.

(Headline:)

JKU geht an die Donau.

(SL:)

Die Johannes Kepler Universität entwickelt gemeinsam mit der Kreativschmiede Jung von Matt eine neue Corporate Identity und Kommunikationsstrategie.

(Text:)

Der künftige Rektor Meinhard Lukas lud drei hochkarätige Werbeagenturen zu einem Pitch, bei dem sich die Agentur Jung von Matt/Donau mit einem eigenständigen und kraftvollen Konzept durchsetzen konnte. Der österreichische Außenposten der Jung von Matt Gruppe, eine der erfolgreichsten und kreativsten unabhängigen Werbeagenturen Europas („Wer hat’s erfunden? Ricola.“, EDEKA „Supergeil“ uvm.) überzeugte einerseits mit seiner Erfahrung (JvM/Donau betreut u.a. T-Mobile, Erste Bank und Caritas Mobiles Hospiz) und andererseits mit seiner international ausgezeichneten Kreativität (Cannes Lions, ADC*E, D&AD etc.). Eine gute Mischung für einprägsame Werbung, die das Herz genauso trifft wie das Hirn.

Durch die neue Corporate Identity der JKU sollen nun ihre Konturen geschärft und die Dachmarke der Universität gestärkt werden. Die Kommunikation, sowohl extern als auch intern, passiert zeitgemäß auf allen Kanäle (Website, Social Media und Print). So können Submarken wie das Linz Institute of Technology (LIT) auch über Österreichs Grenzen hinaus positioniert werden.

„Schon die ersten Besprechungen haben gezeigt, welche Energie die Kooperation mit Jung von Matt freisetzt“, schwärmt Meinhard Lukas. „Mich beeindruckt ihre kreative Kraft gepaart mit handwerklichem Können. Hier bahnt sich eine richtungsweisende Allianz auf universitärem Boden an. Wir dürfen alle auf die Kampagne im Herbst gespannt sein. Dabei wird es im Kern um die Breite und Offenheit unserer Universität gehen.“

Volkmar Weiss, Geschäftsführer/Kreation bei Jung von Matt/Donau, freut sich auf eine neue Herausforderung. „Wir betreten gerne neuen Boden. Das gilt auch für den Campus der JKU. Immerhin ist das die erste Universität, die wir betreuen. Und ich freue mich schon sehr auf eine spannende Zusammenarbeit.“ Überhaupt steht bei dem neuen Konzept der Campus stark im Vordergrund. Dieser Bezug beginnt bereits im Logo und zieht sich durch die gesamte Corporate Identity und Kampagne.

Denn Meinhard Lukas hat vor den Campus der JKU durch sportliche, kulturelle und gastronomische Angebote als Treffpunkt und Ort für Austausch neu zu positionieren und aufzuwerten. „Der Campus muss nicht nur für Lehrende und Studierende attraktiver werden. Er soll sich auch zum Magnet für die Linzer Bevölkerung entwickeln“, so Lukas. Er kündigt bereits für den Herbst ein Schlüsselprojekt rund um den Uni-Teich an. Mehr wird dazu oder zur neuen CI und Kampagne wird jedoch noch nicht verraten.