

Cannes Lions: The New-Look Cyber Lions 2014

ID: LCG14057 | 06.03.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Cannes Lions erweitert die Kategorie „Cyber“ und Young Lions hebt „Cyber“-Competition mit neuer Aufgabenstellung auf nächstes Level.

Wien/ Cannes (LCG) – „Mehr Cyber, mehr Chancen“, heißt es für Experten und Nachwuchstalente aus dem digitalen Kommunikations- und Werbebereich, die ihre kreative Exzellenz beim diesjährigen Cannes Lions International Festival of Creativity von 15. bis 21. Juni 2014 oder auch bei den Young Lions unter Beweis stellen wollen. Um aktuelle Trends der wachsenden Cyber-Industrie zu reflektieren, wurde seit dem Launch der „Cyber Lions“ im Jahr 1998 die Kategorie stetig erweitert und adaptiert. Gemeinsam mit Branchengrößen fügt Cannes Lions für die Awards 2014 die drei Subkategorien „Social“, „Branded Technology“ und „Branded Games“ hinzu. Junge Löwen sind heuer aufgefordert sich durch innovative integrierte Social Media-Kampagnen zu matchen, statt wie bisher durch Web-Banners.

„Digitale Kommunikation in ihrer kompletten Vielfalt erfindet sich von Minute zu Minute neu. Daher ist es eine unabdingbare Notwendigkeit, Qualitäts-Maßstäbe zu etablieren, anzupassen und bei Bedarf anzuheben. Das gibt Experten und Nachwuchstalenten aus dem digitalen Kommunikationsbereich die Chance, sich mit individueller Schwerpunktsetzung Anerkennung und Auszeichnung für ihr innovatives Schaffen zu holen“, kommentiert ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** die Neuerungen.

Zwtl.: Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsaward der Welt werden jährlich rund 36.000 Beiträge aus 95 Ländern auf der ganzen Welt

gezeigt und von einer hochkarätig besetzten internationalen Jury beurteilt. Die Siegeragenturen werden mit dem begehrten Löwen ausgezeichnet, einer globalen Benchmark für kreative Exzellenz. Die Löwen werden in den Kategorien Film, Outdoor, Radio, Design, Promo & Activation, Film Craft, Press, Branded Content & Entertainment, Mobile, Innovation, Cyber, Product Design, Titanium and Integrated sowie für die besten Media-, Direct-, PR- und Creative Effectiveness-Ideen vergeben. Über 11.000 Delegierte aus rund 100 Ländern nehmen eine Woche lang an dem aus Ausstellungen, Screenings und Gesprächen bestehenden Programm teil. ORF-Enterprise ist offizieller Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity in Österreich. Weitere Informationen unter <http://www.canneslions.com>.

Zwtl.: Über ORF-Enterprise

Seit 1999 ist die ORF-Enterprise als 100-prozentige Tochtergesellschaft des ORF ein eigenständiges Unternehmen, das sich mit der Vermarktung der drei marktführenden elektronischen Medien Österreichs beschäftigt. Unter der Geschäftsführung von **Oliver Böhm** (CEO) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO) werden die TV-, Radio-, Print-, Content- und Online-Angebote des ORF vermarktet. Zum Portfolio zählen auch TV- und Hörfunk-Sponsorings, Off-Air-Events, Licensing, Gewinnspiele, Merchandising und Content Sales International. Weitere Informationen unter <http://enterprise.ORF.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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

