Junge LÃ¶wen auf ihrem Weg nach Cannes â€“ BILD

ID: LCG14163 | 17.05.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

ORF-Enterprise stellte Freitagabend im Oben die Siegerarbeiten der Young Lions vor. Sie werden Österreich beim Cannes Lions International Festival of Creativity vertreten.

Bildmaterial zur Meldung unter http:// presse.leisuregroup.at/ orf-enterprise/ cannes2014/ younglions

Wien (LCG) – Alljährlich begibt sich ORF-Enterprise als nationale Repräsentanz des Cannes Lions International Festival of Creativity auf die Suche nach den besten Nachwuchstalenten des Landes. In den jeweiligen Kategorien wird sie dabei von den Marketing Natives, einem Ableger des Dialog Marketing Verband Österreich, Public Relations Newcomers Austria und Creativ Club Austria auf der Suche nach den „Best Heads" unterstützt. Die Besten der Besten werden Österreich von 15. bis 21. Juni 2014 bei der Young Lions Competition im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity in den Kategorien „Film", „Cyber", „Print", „Media", „PR", „Young Marketers" und „Student" vertreten.

Die aufstrebenden Kommunikatoren treten in den einzelnen Fachdisziplinen mit Ausnahme der „Students" jeweils in Zweier-Teams an, um praxisnahe Kommunikationsaufgaben in einem vorgegebenen Zeitrahmen zu lösen. Aus insgesamt 116 Einreichungen hat die hochkarätig besetzte Fachjury pro Kategorie zehn Shortlist-Platzierungen ermittelt, die auf das begehrte Ticket zum weltweit wichtigsten Kommunikationsfestival hoffen durften. „Die Qualität der Einreichungen ist überwältigend und zeigt, welch enormes Kreativ-Potenzial in der heimischen Werbebranche steckt. Vor allem unter dem Aspekt, dass die Briefings in nur 24

beziehungsweise 48 Stunden umgesetzt werden mussten", kommentiert ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** .

Zwtl.: Die Besten der Besten fahren nach Cannes

Am Freitagabend stellte ORF-Enterprise nun die Gewinner der diesjährigen nationalen Young Lions Competition vor. Insgesamt werden sich 13 junge Talente aus Österreich beim weltweit wichtigsten Kommunikationsfestival an der Cote d'Azur um die begehrten Löwen matchen.

Den ersten Preis in der Kategorie „Print" holten sich **Nadja Maria Kupsa** vom Magazin WOMAN und **Tobias Schneider** von der Les Avignons. Binnen 24 Stunden mussten sie für den Verein Rainbows, der Kinder nach Trennungen der Eltern oder Todesfällen im nahen Umfeld unterstützt, ein Sujet entwickeln, das auf den Verein aufmerksam macht, eine öffentliche Sensibilisierung erwirkt und zu Spenden aufruft. „Eine starke Idee in einem besonderen Outfit. Superheldengleich. Die Gewinnerarbeit bei den heurigen Young Lions Print glänzte mit einem überraschenden Gedanken zum gebrieften Thema und hat es mit ihrer schönen Umsetzung geschafft, sich klar von den restlichen Arbeiten abzuheben. Das komplexe Thema ‚Hilfe für Kinder nach einer Trennung in der Familie' wurde hier bestechend verständnisvoll und positiv für die Zielgruppe umgesetzt. Die Jury war sich einig, dass dieses junge Kreativ-Team die Chance auf einen Cannes-Lion in sich trägt", erklärt Jurymitglied **Thomas Tatzl** von Lowe GGK.

In der Kategorie „Film" konnten sich **Sebastian Hofer** von Lowe GGK und **Robert Summerfield** von Super-Fi das Ticket nach Cannes sichern. Für das Österreichische Jugendrotkreuz gestalteten sie einen Spot zur Bewusstseinsbildung für „Young Carers": Kinder und Jugendliche, die in einer Pflegesituation ihre Eltern oder nahe Verwandte umsorgen müssen. Von dieser Situation sind 42.000 Kinder und Jugendliche in Österreich betroffen.

In der Kategorie „Media" werden **Leopold Grübl** und**Niklas Wiesauer** von Mindshare Österreich in Cannes vertreten. Sie setzten sich mit einer in 24 Stunden erarbeiteten kreativen Media-Strategie für „Red Bull Cola" als Online-Strategie durch, die unter anderem auf GPS-Targeting setzt.

Den ersten Platz in der Kategorie „PR" holten sich **Doris Steiner** und**Pepita Adelmann** von Ketchum Publico. Sie entwickelten eine PR-Kampagne für den Verein Rainbows zur Steigerung der Bekanntheit und Lukrierung von Spenden.

Als Sieger in der Kategorie „Cyber" gingen **Isabelle Stadler** und **Marc Metzler** von Demner, Merliczek & Bergmann hervor. Für das Österreichische Jugendrotkreuz entwickelten sie binnen 24 Stunden eine Social Media-Kampagne, um junge Menschen dazu zu bringen, sich in der Organisation zu engagieren. „Man kann nicht früh genug damit beginnen, Preise zu gewinnen! Ich bin stolz auf unsere jungen Kreativen!", gratulierte **Mariusz Jan Demner** .

Als beste „Young Marketers" setzten sich **Ulrike Köstinger** von den Salzburger Festspielen und **Elzbieta Huzar** von icons mit einem fiktiven Briefing für das Karriereportal karriere.at durch. Binnen 24 Stunden entwickelten sie ein Briefing für on-und offline-Maßnahmen, das die Zahl der angelegten Lebensläufe vervierfachen sollte. Das Briefing musste bereits nach 48 Stunden der Jury präsentiert werden.

Erste in der Kategorie „Student" wurde **Theresa Scherrer** von der Universität für angewandte Kunst in Wien. Sie setzte sich mit einer binnen einer Woche entwickelten Werbekampagne für die „Red Bull Editions" und einem ausgefeilten Kreativkonzept durch. In dieser Sonderkategorie winkt ihr einer der heißbegehrten Plätze in der „Roger Hatchuel Academy".

Zwtl.: Junge Löwen im Oben

Bei der rauschenden Werbeparty im trendigen „Oben" feierten mit den Gewinnern unter anderem ORF-Enterprise-Marketer **Reinhard Schwarzinger**, ORF-Enterprise-Eventmanagerin **Katalina Scheibenreif**, Werber**Mariusz Jan Demner** , Mediacom-Boss **Omid Novidi**, Kattus-Brandmanagerin **Miriam Mittelmeier** , Mindshare-Managerin **Sabine Auer**, Rainbows-Geschäftsführerin**Dagmar Bojdunyk-Rack** , Jugendrotkreuz-Generalsekretärin **Renate Hauser** , prNa-Vorstand **Birgit Parade** , Marketing Natives-Experte **Markus Fennes** , Ambuzzador-Geschäftsführerin **Sabine Hoffmann** , echonet-Geschäftsführer **Roland Vidmar** , Wien Nord-Werberin**Stella Biehal** , CCA-Kreativexperte**Thomas Schmid** , karriere.at-Marketerin **Johanna Mayr** sowie Social Media-Experte **Andreas Mittelmeier** .

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 GmbH & Co KG 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** (Werbezeitenvermarktung, CEO) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (Finanzen, Administration & Internationale Content Verwertung, 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, Merchandising, der ORF Musikverlag und der internationale Contentverkauf. Weitere Informationen unter http://enterprise.ORF.at ,http://contentsales.ORF.at undhttp://musikverlag.ORF.at .

~
Young Lions Party

Datum: Freitag, 16. Mai 2014
Beginn: 20.00 Uhr
Ort: Oben
Adresse: 1060 Wien, Lehargasse 7
Lageplan: https://goo.gl/maps/1sD6V Website: http://www.younglions.at Facebook: https://www.facebook.com/younglionsaustria ~

+ + + BILDMATERIAL + + +

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