

Cannes Lions: Änderungen für Special Awards bei BILD

ID: LCG14185 | 28.05.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Cannes Lions International Festival of Creativity adaptiert „Special Awards“: Regeländerungen bei Palme d’Or; „Media Agency of the Year“ wird zu „Media Network of the Year“ und Ergänzung des globalen „Network of the Year“-Award durch den „Regional Network of the Year“-Award.

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2014>

Wien (LCG) – Nach intensiver Beratung gemeinsam mit führenden internationalen Fachexperten adaptiert das Cannes Lions International Festival of Creativity das Punktevergabesystem und die Einreichungskriterien einzelner „Special Awards“, um ein entsprechendes Level für aktuelle Marktanforderungen sicherzustellen und am neuesten Stand zu halten. Basierend auf gesammelten Punkten von Arbeiten in der engeren Auswahl (Shortlist) und Award-Gewinnern ergaben sich folgende, aktuell durchgeführte Änderungen:

- Der Palme d’Or Award präsentiert die besten Leistungen von Produktionsfirmen in den Kategorien: Film, Film Craft and Branded Content sowie Entertainment. Die Kalkulation der Punktevergabe wird wie bisher fortgeführt: Zehn Punkte für einen „Grand Prix“; sieben Punkte für einen „Gold Lion“; fünf Punkte für einen „Silver Lion“; drei Punkte für einen „Bronze Lion“; ein Punkt für eine Shortlist-Einreichung.
- Durch die Änderungen müssen Produktionsfirmen nicht mehr ein Minimum an zehn besten Einreichungen in der jeweiligen Kategorie vorlegen. Ab jetzt bezieht Palme d’Or alle eingereichten Arbeiten – Shortlist- sowie Awardsieger – von einer Produktionsfirma mit ein. Shortlist-Punkte sind ab nun mit einer Obergrenze von zehn Punkten beschränkt, konform mit den existierenden Regeln des Agency of the Year Awards.

Oliver Böhm, CEO der ORF-Enterprise, begrüßt die Änderungen des Palme d’Or Awards: „Wir befürworten die positiven Veränderungen,

da sie internationalen Produzenten einen verbesserten Zugang ermöglichen.“

Ebenfalls überzeugt zeigt sich Böhm von der nachstehenden Neuerung zum „Special Award“ für Media Agenturen: „Die Ausweitung auf ein ‚Media Network of the Year‘ ist, ganz klar, ein absolut fairer und kluger Schachzug der Cannes Lions.“

- Der „Media Network of the Year“-Award ersetzt den „Media Agency of the Year“-Award und wird an das Netzwerk von Media Agenturen mit dem höchsten Punktescore in der Kategorie Media Lions verliehen. Zugelassen, um gegeneinander anzutreten, sind ausschließlich Media Agenturen. Punkte der Werbeagenturen, die es auf die Shortlist geschafft haben, sowie die ausgezeichneten Kampagnen der Media Lions, werden in den Kategorien „Agency of the Year“ und „Independent Agency of the Year“ berücksichtigt.
- Erstmals wird mit 2014 der globale „Network of the Year“-Award und damit die Performance eines weltweit agierenden Netzwerkes oder einer Holding mit einem regionalen Fokus ergänzt. Der neu eingeführte „Regional Network of the Year“-Award zeichnet die beste Arbeit regionaler Netzwerke aus und wird auf den einzelnen Festivals der Regionen -EMEA, Asia-Pacific, Nord Amerika und LATAM -während der finalen Award Ceremony am Samstag, den 21. Juni 2014, verliehen.

Zwtl.: Bekanntgabe in den einzelnen Kategorien

Die Gewinner von „Media Network of the Year“ werden in Cannes am Dienstag, den 17. Juni 2014, während der Awards bekannt gegeben. Die Special Awards: „Holding Company of the Year“, „Network of the Year“, „Regional Networks of the Year“, „Independent Agency of the Year“, Palme d’Or und der Grand Prix for Good werden am 21. Juni 2014, dem letzten Tag des Festivals, während der finalen Award-Show verliehen.

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> und <http://musikverlag.ORF.at>.

+ + + 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)

