

Lions Health kÄ¼rt Sieger â€“ BILD

ID: LCG14201 | 15.06.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Dentsu aus Japan erhält den Grand Prix, Brasilien gewinnt neun Awards und Großbritannien acht Awards .

Bilder zur Meldung unter [https:// www.dropbox.com/ sh/ w3jmw7hch6lw9hl/ AAaf6X4e00PsTDD4RYNeH9D8a](https://www.dropbox.com/sh/w3jmw7hch6lw9hl/AAAf6X4e00PsTDD4RYNeH9D8a)

Wien/ Cannes (LCG) – Erstmals wurden heuer die Liones Health Awards für die kreative Exzellenz in Healthcare Communications beim International Festival of Creativity verliehen. Aus über 1.400 Einreichungen wählten die Jurys gestern, am 14. Juni 2014, insgesamt 55 Sieger aus. Den ersten „Health & Wellness Grand Prix“ sicherte sich die Werbeagentur Dentsu Nagoya aus Japan mit „Mother Book“ für Kishokai Medical Corporation. Die Pharma-Jury beschloss, keinen Grand Prix in ihrer Kategorie zu vergeben. Gesamt gibt es acht Gold-, 19 Silber- und 26 Bronze-Health Lions Siegereinreichungen. Dabei nahm sich Brasilien die meisten Trophäen mit nach Hause, dicht gefolgt von Großbritannien und Australien. Zwei „Special Awards“ wurden ebenfalls verliehen: Der Titel „Lions Health Network of the Year“ ging an Leo Burnett Colombia und der „Lions Health Agency of the Year“-Titel an Langland Windsor.

„Lions Health ist weltweit einzigartig und bietet nun auch der Healthcare Communications Industrie ihre Anerkennung, wodurch heuer erstmals eine außerordentliche Benchmark etabliert wurde“, kommentiert CEO der ORF-Enterprise **Oliver Böhm** die ersten Lions Health Awards.

Außerdem wurde der „United Nations Foundation Grand Prix for Good“, der die beste Einreichung für einen non-profit Kunden ehrt. **Kathy Calvin**, Präsidentin und CEO der United Nations Foundation und Mitglied der Jury, zeichnet Leo Burnett Colombia für ‚Cancertweets‘ aus. Die Socialmedia-Kampagne wurde für League Against Cancer entwickelt.

Alle Sieger sowie genaue Informationen zu ihren Arbeiten sind einsehbar unter <http://www.lions-health.com/winners/2014>.

Zwtl.: Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsaward jährlich rund 37.500 Beiträge aus ganzen Welt eingereicht und von eingereicht 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.a t](http://contentsales.ORF.at) und <http://musikverlag.ORF.at> .

+ + + BILDMATERIAL + + +

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