

Cannes Lions: Weitere Shortlist-Platzierungen für Österreichische Kreative

ID: LCG14205 | 16.06.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Auch in den Kategorien Mobile, Media, Press und Outdoor kann sich Österreich über Shortlist-Platzierungen freuen. DDB Tribal Wien und Ogilvy & Mather sind im Rennen um die begehrten Löwen.

Wien/ Cannes (LCG) – Die Chancen auf die begehrten Löwen beim wichtigsten Kommunikationsfestival der Welt steigen. In der Kategorie Mobile sichert sich DDB Tribal Wien mit der Kampagne „Rubberband Ad“ für die Henkel-Marke Pattex Glue eine Shortlist-Platzierung. Für den Einsatz von Ambient Media im Rahmen der Modellbaummesse für Reed Exhibitions holt sich Ogilvy & Mather Wien mit „The Grand Theft“ eine Shortlist-Platzierung. In der Kategorie Press kann DDB Tribal Wien gleich mit drei Kampagnen für McDonald's und einer Kampagne für Volkswagen punkten. Outdoor-Shortlist-Platzierungen gibt es ebenfalls für DDB Tribal Wien für Volkswagen, McDonald's und Caritas. Somit gibt es aktuell insgesamt 21 Cannes Shortlist-Plätze für österreichische Agenturen beim Cannes Lions International Festival of Creativity. (Anmerkung: Gesamtzahl unter Einberechnung von Serviceplan Vienna, dessen Münchner Mutteragentur für die Einreichung verantwortlich zeichnet.)

Zwtl.: Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsaward werden jährlich rund 37.500 Beiträge aus der ganzen Welt eingereicht 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 zur honorarfreien Veröffentlichung für redaktionelle Zwecke zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisure.at>. (Schluss)

