Young Lions: Goldmedaille fÃ¼r Argentinien und Bulgarien

ID: LCG14222 | 21.06.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Bulgarische Junglöwen reißen Gold in der Kategorie Film und Argentinien sichert sich Gold bei der Young Lions Marketers Competition. Keine Platzierungen für heimischen Kreativnachwuchs.

Wien/ Cannes (LCG) – Von insgesamt 40 Nationen siegt Bulgarien vor Australien und Norwegen im Film-Nachwuchsbewerb beim 61. Cannes Lions International Festival of Creativity. **Robert Summerfield** von VICE CEE – Super-Fi und **Sebastian Hofer** von LOWE GGK gingen für Österreich ins Rennen. Bei der Young Lions Film Challenge musste der Kreativnachwuchs für Barnardos Australia, eine Hilfs-und Schutzorganisation für Kinder, einen kurzen Spot erarbeiten, der zeigt, dass Kindesmissbrauch ein reales, gegenwärtiges First-World-Problem ist. Zuschauer sollen mit dem Spot animiert werden sich für die Rechte der Kinder einzusetzen.

Bei den Young Lions in der Kategorie Marketer gewinnt das argentinische Team gegen 17 Mitstreiter. Indische Junglöwen reißen die Silbermedaille; Finnland erbeutet Bronze. **Ulrike Köstinger** von Salzburger Festspiele und**Elzbieta Huzar** von mySugr vertraten Österreich. Insgesamt 18 Teams kreierten Ideen und Strategien zu einem neuen Produkt oder einer Serviceleistung, dessen Erlös an die karitative Einrichtung UN World Food Programme gehen soll.

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 undhttp:// musikverlag.ORF.at .