

Vier Sieger bei vierter Cannes Chimera Challenge

ID: LCG14425 | 07.11.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Vier innovative Kommunikationskonzepte aus China, Singapur, Australien und Großbritannien gewinnen Preisgelder bis zu 100.000 US-Dollar bei der vierten Cannes Chimera Challenge 2014.

Wien/ Cannes (LCG) – Das internationale Kommunikationsfestival Cannes Chimera mit diesjährigem Schwerpunkt auf globaler Health & Social Responsibility prämiert vier Einreichungen aus China, Singapur, Australien und Großbritannien. Die Gewinnerteams erhalten Preisgelder bis zu 100.000 US-Dollar, um ihre Ideen weiter zu entwickeln sowie eine exklusive Einladung zum Workshop im November 2014 von der Bill & Melinda Gates Foundation in Seattle (USA).

860 Ideen aus 66 Ländern folgten dem Aufruf, die Welt zu verbessern. Die Gewinnerprojekte wurden von einer Jury aus vorangegangenen Cannes Lions Grand Prix-Siegern prämiert:

1. „Personal Social Responsibility“, Manning Gottlieb OMD – UK

Personal Social Responsibility (PSR) ist vom bestehenden CSR (Corporate Social Responsibility) System inspiriert. PSR ist ein „Punktesystem des persönlichen Altruismus“. Es wertet tägliches Handeln wie Contentsharing via Social Media, Spenden oder auch ehrenamtliches Engagement.

2. „The Finish Line“, Y&R, Wunderman – Singapore

„The Finish Line“ bricht alle globalen Gesundheits- und Entwicklungsprobleme auf geographische und demographische Parameter herunter sowie auf die Handlungen zur Bekämpfung von Problemen. Das Projekt soll die Schritte bis zur Zielerreichung

der Problembekämpfung aufzeigen. Ziele erscheinen greifbarer, Hürden leichter bezwingbar und Aktionen ergebnisorientierter.

3. „Watch for Good“, Naked Communications – Australia

Pre-Roll und unterbrechende Video-Ads werden immer häufiger eingesetzt – oft zum Leid des Zusehers. Mit der „Skip-Funktion“ wird versucht, die Zuseherfrustration etwas einzudämmen. Provider sollen beim Projekt von Naked Communications eine neue Funktion zu ihrem Werbeformat hinzufügen: „Watch for Good“. Wer auf den Button „Watch For Good“ statt „skip“ klickt, schaut die Video-Ad bis zum Ende – aber für einen guten Zweck. Dabei zahlt der Werbetreibende die gleichen Pay-per-View Kosten, der Medienanbieter jedoch spendet einen Anteil an den „Watch for Good“-Fond. Der Fond investiert in weiterer Folge in altruistische Projekte.

4. „Plight Map“, BBH –China

BBH China ist überzeugt: Millenials sind den Entwicklungsländern oftmals dann am nächsten, wenn sie mit dem Flugzeug –am Weg zu „First World“-Urlaubsdestinationen –drüber fliegen. Anhand dieser Erkenntnis entwickelte die Werbeagentur „Plight Map“ eine Digital Moving Map, redesigned als interaktive Storytelling-Plattform. Wie bisher sehen Flugpassagiere, wo sie sich gerade mit dem Flugzeug befinden. Neu daran ist, dass die Plattform in Echtzeit anzeigt, was sich unter ihnen befindet und mit welchen Problemen die jeweiligen Regionen zu kämpfen haben.

„Die vier erfolgreichen Ideen zeigen, wie Technologie Brücken überwinden kann und ein stärkeres Bewusstsein schafft, um anderen Menschen wirklich zu helfen. Die Workshops von Cannes Chimera werden weitere Stärken und Herausforderungen der Projekte aufzeigen. Sie bringen uns unserem Ziel, die Welt zu verbessern, noch näher“, kommentiert **Philip Thomas**, CEO der Lions Festivals.

„Österreich war bisher noch nicht vertreten. Nach dem Rekord-Löwenjahr mit elf Cannes Lions-Auszeichnungen bin ich aber überzeugt, dass auch auf diesem Sektor viel Potenzial in

Österreich schlummert. Unsere ‚Millennials‘ haben eine unglaubliche Gelegenheit, lang anhaltende globale Veränderungen zu schaffen“, so **Oliver Böhm**, CEO der ORF-Enterprise.

Zwtl.: Next Steps für die Gewinner

Während dem Cannes Lions International Festival of Creativity vergangenen Juni 2014 wurden Teilnehmer aufgerufen, ein innovatives Kommunikationskonzept zur Stärkung des Bewusstseins und zur Lösung globaler Gesundheits- und Entwicklungsprobleme zu konzipieren. Nach dem Sieg der Cannes Chimera Challenge sind die Teams im November eingeladen, an den Workshops der Bill & Melinda Gates Foundation, die von früheren Cannes Lions Grand Prix-Gewinnern gehalten werden, teil zu nehmen. In den darauffolgenden sechs Monaten sollen die Ideen im Zuge eines Pilotprojekts getestet werden, um eine mögliche Finanzierung von der Gates-Stiftung für die Marktimplementierung zu erhalten.

Zwtl.: Über die Cannes Chimera Initiative

Die Cannes Chimera Initiative richtet sich an kreative Kommunikatoren. Innovative Kommunikationskonzepte sollen dabei helfen, öffentliches Interesse zu wecken, Bewusstsein zu schaffen und mehr Unterstützung zur Lösung wichtiger globaler Probleme zu gewinnen. Bis zu zehn Gewinner können Preisgelder von bis zu 100.000 US-Dollar gewinnen. Sieger sind anschließend am Workshop von der Bill & Melinda Gates Foundation mit den Cannes Lions Grand Prix Siegern des Vorjahres teilnahmeberechtigt. Etwa sechs Monate haben die Teilnehmer Zeit, ihre Ideen weiter zu entwickeln und zu testen, um eine mögliche zweite Finanzierungshilfe durch die Bill & Melinda Gates Foundation in der Höhe von bis zu einer Million US-Dollar für die Umsetzung zu erhalten. Weitere Informationen über Cannes Chimera unter <http://www.canneschimera.com>.

Zwtl.: Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsfestival werden jährlich rund 37.500 Beiträge aus der ganzen Welt eingereicht und von einer hochkarätig besetzten internationalen Jury beurteilt.

Die Siegeragenturen werden mit den 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 die Bill & Melinda Gates Foundation

Überzeugt, dass jedes Leben den gleichen Wert hat, setzt sich die Bill & Melinda Gates Foundation dafür ein, Menschen die Möglichkeit zu geben, ein gesundes und produktives Leben zu führen. In Entwicklungsländern konzentriert sich die Foundation auf die Verbesserung der Gesundheit und gibt Menschen die Chance, sich von Hunger und extremer Armut zu befreien. In den Vereinigten Staaten soll sichergestellt werden, dass alle Menschen den notwendigen Zugang haben, um ihre Ausbildung und ihr Leben erfolgreich zu meistern. Mit Sitz in Seattle, Washington (USA), wird die Stiftung von CEO Jeff Raikes und Co-Vorsitzendem William H. Gates Senior unter der Leitung von Bill und Melinda Gates sowie Warren Buffett geführt. Weitere Informationen unter <http://www.gatesfoundation.org>.

Zwtl.: Über ORF-Enterprise

ORF-Enterprise ist der führende Werbezeitenvermarkter in Österreich und als eigenständige 100-prozentige ORF-Tochter exklusiv für den Werbezeitenverkauf aller überregionalen Medien des ORF verantwortlich. Unter der Geschäftsführung von **Oliver Böhm** (Werbezeitenvermarktung, CEO) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (Finanzen, Administration und Internationale Content Verwertung, CFO) werden die heimischen Marktführer der drei elektronischen

Mediensegmente TV (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur & Information, ORF SPORT +), Radio (Hitradio Ö3, radio FM4) und Internet (ORF.at, ORF TVthek) vermarktet. Zum Portfolio zählen auch TV-und Hörfunk-Sponsoring, Cross-Media-Kooperationen, Off-Air-Events, Gewinnspiele, Licensing & Merchandising, der internationale Contentverkauf und der ORF-Musikverlag. ORF-Enterprise ist die offizielle Repräsentanz führender internationaler Kommunikations-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Eurobest Festival. Informationen unter <http://www.canneslions.com>. National werden die Kreativbewerbe ORF-Tops Spot, ORF-Werbeahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen unter <http://enterprise.ORF.at>, <http://contentsales.ORF.at> und <http://musikverlag.ORF.at>.

+++ BILDMATERIAL +++

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

