

## **Eurobest Festival endet ohne Awards für Österreich**

ID: LCG14484 | 03.12.2014 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

### **Trotz drei Shortlist-Platzierungen können heimische Kreative beim 27. Eurobest European Festival of Creative in Helsinki heuer nicht punkten.**

Helsinki (LCG) – Drei österreichische Agenturen schafften es beim heute, Mittwoch, endenden Eurobest Festival auf die Shortlists: In der Kategorie „Branded Content & Entertainment“ konnte WIEN NORD in der Subkategorie „Einsatz und Integration von digitalen Medien oder Social Media“ mit der Kampagne „Opels Luftpost für Volkswagen“ für OPEL General Motors Austria einen Platz ergattern. Mit der Kampagne „Roter Knopf“ holt sich Demner, Merlicek & Bergmann in der Kategorie „Interactive“ für die Rote Nasen Clowndoctors den zweiten Shortlist-Platz für Österreich. Eine weitere Platzierung kann sich Serviceplan Wien gemeinsam mit Serviceplan München mit der Kampagne „Keine Fake-Profile“ für Parship.at in der Kategorie „Radio“ (Subkategorie „Bester Einsatz des Mediums Radio“) sichern. Bei der Awardvergabe am Mittwochabend in der Finnlandiahalle in Helsinki (Finnland) ging Österreich leider leer aus.

### **Zwtl.: 382 Awards in 16 Kategorien**

In der Kategorie „**Branded Content & Entertainment**“ holte sich TBWA \HELSINKI mit einer als Sitcom inszenierten Markenkampagne für die zehn bekanntesten Brands Finnlands den Grand Prix. Weiters wurden drei Eurobest in Gold, elf in Bronze und neun in Bronze vergeben.

INGO Stockholm aus Schweden holte sich in der Kategorie „**Design**“ mit einer Kampagne für den Diskonter LIDL den Grand Prix. Fünf Agenturen konnten sich über einen Eurobest in Gold freuen, zehn

nahmen silberne Eurobests mit nachhause und gleich 20 Mal gab es Bronze.

Die spanische Agentur THE CYRANOS McCANN Barcelona staubte den Grand Prix in der Kategorie „**Direct**“ mit der Kampagne „Pay Per Laugh“ für das TEATRENEU ab. Drei Mal gab es goldene Eurobests, zehn silberne Awards und elf Bronze-Awards.

Der Grand Prix in der Kategorie „**Film Crafts**“ ging an BETC Paris mit der Kampagne „The Big Leap“ für Lacoste. Sieben Agenturen holten Gold, acht Silber und gleich 18 Bronze.

Mit „The Epic Split“ sicherte sich FORSMAN & BODENFORS Gothenburg für VOLVO den Grand Prix in der Kategorie „**Film**“. Weiters wurden drei Eurobest in Gold, fünf in Silber und elf in Bronze vergeben.

THE CYRANOS McCANN Barcelona punktet mit „Pay Per Laugh“ für TEATRENEU auch in der Kategorie „**Innovation**“ und holt sich damit den zweiten Grand Prix des Festivals. RHINOFLY Utrecht aus den Niederlanden, ADLUDIO London und JWT London aus UK sowie AXIS Moscow, ASIF KHAN London und IART Basel werden mit dem Innovation Eurobest ausgezeichnet.

In der Kategorie „**Integrated**“ gibt es beim 27. Eurobest Festival keinen Grand Prix, sondern lediglich zwei Eurobests in Gold, einen Award in Silber und zwei in Bronze.

Grand Prix-Preisträger in der Kategorie „**Interactive**“ sind LEO BURNETT LONDON gemeinsam mit HOLLER London, LEO BURNETT TORONTO und LEO BURNETT CHICAGO mit der Kampagne „#LIKEAGIRL“ für die Procter & Gamble-Marke Always. Für sechs Agenturen gibt es einen Eurobest in Gold, 14 Mal wird er in Silber verliehen und 23 Mal wird der Eurobest in Bronze vergeben.

PHD London holt sich für Warner Bros. mit der Kampagne „The World's First All Lego Ad Break“ den Grand Prix in der Kategorie „**Media**“. Fünf Agenturen können sich über Gold freuen, 17 holen Silber und 21 nennen einen bronzenen Eurobest ab nun ihr Eigen.

R/ GA London kann mit „Beats Music“ für BEATS BY DR. DRE den Grand Prix in der Kategorie „**Mobile**“ für sich beanspruchen. Nur ein goldener Award wird verliehen und je acht Awards in Silber und Bronze.

Die schon beim Cannes Lions International Festival of Creativity mehrfach ausgezeichnete Londoner Agentur ADAM&EVE DDB holt sich den Grand Prix in der Kategorie „**Outdoor**“ und setzt sich mit der Kampagne „Front Row“ für das Produkt Google + des Internetgiganten durch. Gleich 13 goldene Awards, 15 Eurobests in Silber und satte 35 Bronze-Awards werden vergeben.

Die Kampagne „#LIKEAGIRL“ für die P&G-Brand Always holt auch in der Kategorie „**PR**“ den Grand Prix, über den sich die Agenturgemeinschaft auf MSL GROUP London, LEO BURNETT TORONTO und LEO BURNETT LONDON freuen kann. Für vier Agenturen gibt es Gold, acht holen Silber und 18 werden mit Bronze ausgezeichnet.

In der Kategorie „**Print & Poster Craft**“ holt sich die tschechische Y&R PRAGUE den Grand Prix gleich für vier Kampagnen für PHD Bikes von Harley Davidson. Je sechs Agenturen räumen den Eurobest in Gold und Silber ab und neun bronzene Eurobests werden vergeben.

Für fünf Kampagnen für den Kunden Intermarché wird MARCEL Paris aus Frankreich mit dem Grand Prix in der Kategorie „**Print**“ gewürdigt. Neun Mal wird der Eurobest in Gold verliehen, 14 Mal in Silber und 23 Mal in Bronze.

In der Kategorie „**Promo & Activation**“ kann MARCEL Paris einen zweiten Grand Prix mit der Kampagne „Inglorious Fruits And Vegetables“ für Intermarché abräumen. Vier Agenturen holen Gold, 13 Silber und 14 Bronze.

Weder einen Grand Prix, noch einen goldenen Eurobest gibt es in der Kategorie „**Radio**“. Sieben Agenturen werden immerhin mit einem Silber-Award ausgezeichnet und neun verlassen Helsinki mit einem bronzenen Award.

**Zwtl.: 4.811 Einreichungen aus 16 europäischen Ländern**

Zum diesjährigen Eurobest European Festival of Creativity wurden insgesamt 4.811 Arbeiten aus 16 europäischen Ländern eingereicht. Diese werden von 102 Jury-Mitgliedern beurteilt.

- Branded Content & Entertainment: 199 Einreichungen
- Design: 274 Einreichungen
- Direct: 342 Einreichungen
- Film: 460 Einreichungen
- Film Craft: 315 Einreichungen
- Innovation: 61 Einreichungen
- Integrated: 54 Einreichungen
- Interactive: 439 Einreichungen
- Media: 375 Einreichungen
- Mobile: 180 Einreichungen
- Outdoor: 520 Einreichungen
- PR: 277 Einreichungen
- Print: 465 Einreichungen
- Print & Poster Craft: 278 Einreichungen
- Promo & Activation: 428 Einreichungen
- Radio: 144 Einreichungen

### **Zwtl.: Über das Eurobest European Festival of Creativity**

Das europäische Festival der Kreativität wurde 1988 ins Leben gerufen. Seither ist es Europas führende Award-Verleihung für kreative Exzellenz in den Kategorien Film, Print, Outdoor, Radio, Craft, Interactive, Media, Direct, Promo und Activation, Design, PR, Integrated, Mobile und Branded Content und Entertainment Advertising. Seit 2008 sind die Awards, die alljährlich an Europas Top-Kreative vergeben werden, ein Teil des Festivals, das sich rund um spezifische Themen der Creative Industries am europäischen Markt dreht. Weitere Informationen unter <http://www.eurobest.com>.

### **Zwtl.: Über Lions Festivals**

Die Lions Festivals sind der Organisator des Cannes Lions International Festival of Creativity, des Lions Health und des Eurobest European Festival of Creativity sowie Mitorganisator des Dubai Lynx International Festival of Creativity, des Spikes Asia Festival of Creativity, der Asian Marketing Effectiveness and

Strategy Awards und des Digital Asia Festival. Lions Festivals sind Teil der Top Right Group. Weitere Informationen unter <http://www.lionsfestivals.com>.

### **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>.

### **+++ SPERRFRIST +++**

Bitte Sperrfrist beachten! Gesperrt bis Mittwoch, 3. Dezember 2014, um 21.30 Uhr. Frei für Donnerstagsausgaben.

### **+++ 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)

