

Cannes Lions International Festival of Creativity präsentiert Neuerungen für 2015

ID: LCG15006 | 08.01.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Weltweit wichtigstes Festival der Kommunikationsbranche findet von 21. bis 27. Juni 2015 statt. Einreichungen zu Innovation Lions ab 22. Jänner 2015 geöffnet. Early Bird Tickets bis 23. Februar 2015 erhältlich. ORF-Enterprise ist offizieller Festivalrepräsentant.

Cannes/ Wien (LCG) – Mit zahlreichen Neuerungen meldet sich das 62. Cannes Lions International Festival of Creativity zu Jahresbeginn. Die Innovation Lions werden heuer am 25. und 26. Juni 2015 als zweitägige Veranstaltung abgehalten, die unter anderem auch Produktvorstellungen, Branchengespräche mit Innovatoren und zahlreichen Networking-Events bieten wird. Als krönender Abschluss wird die Awards Ceremony am Abend des 26. Juni 2015 stattfinden. Zu den beiden Awards, Innovation Lions und Creative Data Lions, kann bereits ab 22. Jänner 2015 eingereicht werden.

Als größte Präsentation kreativer Exzellenz im Bereich Healthcare werden am 19. Und 20. Juni 2015 bereits die Lions Health stattfinden, wobei die Awards Ceremony bereits am ersten Abend der zweitägigen Veranstaltung über die Bühne gehen wird. Erstmals werden im Rahmen von Lions Health auch zwei neue Awards verliehen: Der Lions Health Specialist Agency of the Year an Agenturen und der der Lions Health Specialist Network of the Year an Agenturnetzwerke. Für die Auszeichnungen zum Cannes Lions Network of the Year und zur Cannes Lions Holding Company of the Year zählen alle Shortlist- und Siegerpunkte zusammen, die im Rahmen des gesamten Festivals gesammelt werden. Die Young Lions Competition wird heuer erstmalig um einen Young Lions Health Award erweitert.

Das Briefing dazu wird gemeinsam mit UNICEF im Jänner 2015 veröffentlicht.

Neue Networking-Events in Cannes

Für noch mehr Networking-Möglichkeiten unter den internationalen Teilnehmern sorgen neue Veranstaltungen und Locations: Die Cannes Lions Beach vor dem berühmten Hotel Carlton wird die gesamte Festivalwoche über Live-Entertainment und Networking-Events anbieten. Der BeachClub fungiert als offizieller VIP Networking Space, der Inhabern von Gold-, Platin- und Networking-Pässen zur Verfügung steht. Neben der Ausstellungsfläche im Festivalpalais steht der Workspace als idealer Treffpunkt für informelle Gespräche und Arbeitsmeetings zur Verfügung.

Der neue Networking-Pass richtet sich an alle Besucher, die das weltweit größte Kommunikationsfestival vor allem zum internationalen Austausch und zum Aufbau neuer Business-Kontakte besuchen möchten. Zum Preis von 1.950 Euro berechtigt er in limitierter Auflage zum Besuch der Networking-Events und Galas, verschafft Eintritt zum BeachClub und berechtigt zur Nutzung von Cannes Connect, dem Messaging-Tool für Delegierte.

Podiumsdiskussionen und Award Ceremonies sind im neuen Networking-Pass nicht inkludiert.

Neue Ticketkategorien

Der bisherige Drei-Tages-Pass weicht einem neuen Vier-Tages-Pass mit der Bezeichnung „Mini“, während das Ticket für die gesamte Woche nunmehr „Classic“ genannt wird. Beim Kauf eines „Mini“ oder „Classic“ Pass in Kombination mit Tickets für Lions Health können Besucher 300 Euro sparen. Early Bird-Tickets sind nur mehr bis Freitag, den 13. Februar 2015, erhältlich.

Neue Akademien und Trainingsprogramme

Als brandneues und interdisziplinäres Angebot präsentiert sich ab heuer „Lions Masters of Creativity“ mit dem Ziel, Spezialisten in einzelnen Bereichen ein umfassendes Wissen über die eigene

Fachkompetenz hinaus zu vermitteln. Im fünftägigen Kurs sollen vor allem Juniors, die vor dem Wechsel in die Senior-Ebene stehen, ihren Horizont erweitern können.

Die Akademien für Young Creative, Young Media und Young Account Executive stehen heuer allen unter 30jährigen offen.

Fahrplan zu den Award Ceremonies

Am Montag, den 22. Juni 2015, finden die Award Ceremonies in den Kategorien Direct, Promo, Press und Mobile statt. Tags darauf, am 23. Juni 2015, werden die Löwen für PR, Outdoor, Media und Creative Effectiveness verliehen. Am Mittwoch, den 24. Juni 2015, zeigt sich, wer in den Kategorien Cyber, Design, Product Redesign und Radio einen Löwen holen kann. Am vorletzten Festivaltag, dem 26. Juni 2015, werden die Löwen für Innovation und Creative Data verliehen. Den krönenden Abschluss bilden am 27. Juni 2015 die Kategorien Titanium & Integrated, Branded Content, Film sowie Film Craft.

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 & 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>.

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

