

Cannes Lions: Starke Hand für Creative Effectiveness Teilnehmer

ID: LCG15070 | 02.03.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Cannes Lions bietet heuer erstmals ein wertvolles Hilfsprogramm für den Einreichprozess bei Creative Effectiveness an. Teilnehmer profitieren durch „Effectiveness Advisory Scheme“ von Expertenrat.

Wien/ Cannes (LCG) – In Zusammenarbeit mit The Effectiveness Partnership führt Cannes Lions das Creative Effectiveness Advisory Scheme ein. Das Programm stellt den Teilnehmern wertvolle Expertenberatung zur Verfügung. Dabei helfen ihnen Strategen, Analytiker und mehrfach ausgezeichnete Branchen-Innovatoren bei der Einreichung. Im Vergleich zu anderen Cannes Lions-Kategorien unterscheiden sich die Creative Effectiveness Löwen in ihren Anforderungen und ihrem Beurteilungsverfahren. Dank dem Scheme werden Teilnehmer zum bestmöglichen Ergebnis gelotst. „Die Creative Effectiveness Lions sind sehr tough: Gewinner sollen als Beispiel für die Kraft der Kreativität, Geschäftsergebnisse zu beeinflussen und voran zu treiben, gelten. Das Scheme hilft Kunden und ihren Agenturen, diese Ergebnisse optimal zu präsentieren und sorgt nicht zuletzt dafür, dass sie eine Inspiration für noch größeren kreativen Mut darstellen“, so **Simon Cook**, Head of Entries Development.

Beratungskomitee gibt Expertentipps

Von den Experten dürfen sich die Teilnehmer praktische und unabhängige Hilfestellungen in Bezug auf Struktur und Präsentation ihrer Arbeit erwarten.

Karl Weaver, CEO von Data2Decisions und einer der Berater, betont vorab die Wichtigkeit, einen „Case for Creativity“ zu kreieren. Dabei verankern Teilnehmer ihre Arbeiten, im Bestfall in konkreten

Daten, um den kommerziellen Erfolg zu belegen und erzählen eine einfache, aber bewegende Geschichte, die Spaß beim Lesen macht.

Kollege **Andrew Sharp**, Consultant Business Analyst bei The Effectiveness Partnership, rät dazu, aufzuzeigen, dass nur die Kreativität an sich den Unterschied ausmacht und verantwortlich für den Erfolg ist - nicht jedoch der Preis oder der Vertrieb.

Weitere Betreuer sind:

Merry Baskin, Partner bei Baskin Shark Ltd.

Paul Feldwick, Consultant und Autor

Tracey Follows, Vorsitzender der Account Planning Group

Das Creative Effectiveness Advisory Scheme kann ab sofort bis 6. März 2015 von autorisierten Teilnehmern in Anspruch genommen werden. Dies betrifft alle Shortlist- oder Sieger-Arbeiten vom Cannes Lions International Festival of Creativity der letzten drei Jahre. Teilnahme anfordern unter creativeeffectiveness@canneslions.com.

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 auf <http://www.canneslions.com>.

Über die ORF-Enterprise

Die 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. Die ORF-Enterprise ist die offizielle Repräsentanz führender internationaler Kommunikations-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Eurobest Festival. Informationen auf <http://www.lionsfestivals.com>. National werden die Kreativbewerbe ORF-Tops Spot, ORF-Werbeahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen auf <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 auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)

