

## Innovation Lions: Lernen von NASA und Co

ID: LCG15073 | 06.03.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

### **Innovation Lions stellt erste hochkarätige Referenten vor und präsentiert neues Programmformat.**

Wien/ Cannes (LCG) – Nach einer starken Jury-Besetzung setzt Innovation Lions noch eins drauf und wartet mit hochkarätigen Vortragenden für das Zweitages-Programm beim Festival für Daten, Technologie und Ideen auf. Sie sind Teil des Avantgarde Programms, bei dem die Möglichkeiten aus einem sich rasch wandelnden kreativen Umfeld erforscht, erklärt und thematisiert werden sollen. Die wohl hellsten Sterne am Programmhimmel bilden laut Cannes Lions Chairman **Terry Savage** die Wissenschaftlerin der Planetologie und Hubble Fellow am Harvard-Smithsonian Center für Astrophysik, **Francesca DeMeo**, und NASA Asteroid Grand Challenge Program Executive, **Jason Kessler**, die **Tyler DeAngelo**, Executive Creative Director bei der Werbeagentur mcgarrybowen, auf der Bühne unterstützen werde.

„Innovation bedeutet sich von vertrautem Boden loszulösen und unbekanntes Terrain zu betreten, um etwas Neues und Wertvolles zu kreieren. Mit der Vision, nach neuen Höhen zu streben und das Unbekannte zu enthüllen, um der Menschheit zu helfen. Dafür gibt es kein besseres Aushängeschild für Innovation als die NASA“, so Cannes Lions Chairman Terry Savage.

**Starke Stimmen beim Lions Innovation Programm**

Der Großteil des Lions Innovation Programms wird sich der Rolle von Daten und Technologie als Triebkraft für Ideen widmen: Unterstützung erhält der ehemalige Formel 1-Fahrer **David Coulthard** von **Konrad Feldmann**, CEO von Quantcast, und **Justin Pearce**, Managing Director bei The Drum Works, beim Programmpunkt zu „Changing the Formula“: Gemeinsam demonstrieren sie, dass Daten nicht mehr nur Output sind, sondern zunehmend der Input für Ideen, die uns vorantreiben.

„CTO Exposed: What it Takes to Create Remarkable Products“ bringt die beiden Chief Technology Officers und Innovationsprediger **Ben Jones** von AKQA und **Chris Satchel** von Nike zusammen. Sie werden ihre Ansichten teilen, warum sie Technologie als eine Art Zauberkunst sehen, die auch weiterhin Marken und ihren Wandel beeinflusst.

**Chuck Porter**, Chairman von CP +B wird zusammen mit Chief Digital Officer **Ivan Perez-Armandariz** und **Karen Kaiser**, Vice President of Advertising bei Domino's, in „Philosophies on Creativity, Innovation and Why Domino's Works“ über Kollaboration diskutieren: Wie durch sie hochwertige Produkte entstehen, wie sie Online-Bestellung und Zustell-Systeme revolutioniert, und wie sie einzigartige Wege ebnet, um bei Kunden und im Umfeld Anklang zu finden.

### **Gender auf der Agenda**

Die lediglich 17 Prozent Frauenanteil in der Technologie-Industrie geben Anlass, den Innovation Gender Gap im Zuge des Festivals zu beleuchten und zu diskutieren.

**Sarah Wood**, Co-Founder und COO bei Unruly, **Deirdre McGlashan**, Global Chief Digital Officer bei Mediacom, und **Kathryn Parsons**, Co-Founder und Co-CEO bei Decoded, werden in „How the Gender Gap Could Derail the Global Creative Tech Sector“ untersuchen, wie der Fachkräftemangel die digitale Wirtschaft beeinflussen wird. Außerdem werden sie Möglichkeiten aufzeigen, wie Unternehmen Frauen am Arbeitsplatz besser fördern können.

### **Dem Programm seine neuen Bühnen**

Das Lions Innovation Programm wird künftig auf drei Bühnen „in die Runde“ vorgetragen.

Seminarähnliche Vorträge über Innovation und Ideen von internationalen Vordenkern wird es auf der „Inspiration Stage“ zu hören geben. Auf der „Discovery Stage“ werden Tech-Trends und Live-Vorführungen gezeigt, während über die „Experience Stage“ auf Basis von interaktiven Lehreinheiten kick-start oder auch inhouse forcierte Innovationen von Marken und Agenturen untersucht werden.

### **Marken investieren in Innovation**

Mit insgesamt elf Gründungspartnern im Rücken präsentiert Lions Innovation die Bandbreite der Industrie: AudienceScience, Experian, Google, Marketo, MEC, MediaMath, Ohal, Oracle-Datalogix, Rubicon Project, Teradata und The TradeDesk.

### **Über das Lions Innovation Festival**

Lions Innovation untersucht Data und Technologie als Katalysator für kreative Kommunikation und zeichnet richtungsweisende und bahnbrechende Arbeiten aus. Das neue Festival innerhalb des Cannes Lions Festivals ist Bühne für die Awardvergabe und findet von 25. bis 26. Juni 2015 statt. Gäste können es im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity oder auch als eigenständige Veranstaltung besuchen. Teilnehmer-Pässe können separat oder – ausschließlich im Einführungsjahr – als klassischer Cannes Lions 7-Tages-Pass gebucht werden. Das 62. Cannes Lions International Festival of Creativity findet von 21. bis 27. Juni 2015 statt. Weitere Informationen unter <http://www.canneslions.com/innovation>.

### **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](http://www.leisure.at). (Schluss)