

Cannes Lions startet neues Trainingsprogramm

ID: LCG15140 | 14.04.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Mit acht weltweit renommierten Experten soll das neue „Masters of Creativity Programme“ jungen Kreativen zu ihrem Sprung ins Senior Management verhelfen. Inhalt des praxisnahen Trainings ist eine Strategieentwicklung für den Realkunden Mondelä“z International.

Wien/ Cannes (LCG) – Cannes Lions präsentiert ein neues Trainingsprogramm, das junge Kommunikatoren auf ihrem Weg ins Senior Management unterstützen soll. Über fünf Tage bietet das „Masters of Creativity Programme“ eine Weiterbildungsmöglichkeit, bei der acht international führende „Masters“ wie **David Droga**, **PJ Pereria** und **Mark Tutssel** ihr Wissen an den Kommunikationsnachwuchs weitergeben. Die Teilnehmer werden an einem realen Briefing von Mondelä“z International arbeiten, um der Kaugummi-Marke „Bubblicious“ neues Leben einzuhauchen.

„Die Marke Bubblicious ist ein schlafender Gigant“, meint **Stephanie Wilkes**, Präsidentin von Global Gum and Candy bei Mondelä“z International. „Die Kooperation mit dem Cannes Lions ‚Masters of Creativity Programme‘ ist eine Möglichkeit für uns, mit einer neuen Generation von kreativen Denkern und Experten für Brand Activation zu arbeiten, um ungenutzte Chancen für die Expansion in Kernzielmärkten aufzudecken“, fügt Wilkes hinzu.

Jedes Team wird in den fünf Tagen an einer Strategie zur Wiederbelebung der Kaugummi-Marke arbeiten. Anschließend wird das Konzept einer Jury unter der Leitung von **Keith Reinhard**, Ehrenvorsitzender von DDB Worldwide, und Senior Marketing Repräsentanten von Mondelä“z International präsentiert.

Über das Trainingsprogramm

Das „Masters of Creativity Programme“ ist ein maßgeschneidertes Trainingsprogramm, das den einzelnen Teilnehmern ein interdisziplinäres Verständnis aller kreativer Kommunikationssparten vermitteln soll. Das Programm gliedert sich in acht Module, die jeweils zwei Stunden dauern. Jedes Modul wird von einem „Master“ geleitet, wobei es sich um herausragende internationale Branchenexperten handelt. Sie werden ihr wertvolles Wissen, ihre Erfahrung und ihre Erkenntnisse in das exklusive Bildungsangebot einbringen.

Die Sieger des Programms werden im Rahmen der Cannes Lions Awards Ceremony am Samstag, den 21. Juni 2015, geehrt. Die Teilnehmer erhalten außerdem zu ihrem Package einen vollen Sieben-Tages-Pass. Das Programm ist für alle offen, die im Bereich Marketing und Kommunikation tätig sind. Es gibt keine Alters- oder Disziplinbeschränkungen. Weitere Informationen zur Teilnahme und Anmeldung können bei **Steve Latham**, Head of Talent & Training, per E-Mail unter steveatham@canneslions.com angefragt werden und finden sich online auf <http://www.canneslions.com>.

Die „Creative Masters“ 2015

Die Module werden von folgenden Branchengrößen geführt:

- Content: **PJ Pereira**, Chief Creative Officer, Pereira & O'Dell
- Creativity: **Mark Tutssel**, Global Chief Creative Officer, Leo Burnett Worldwide
- Creative Effectiveness: **Merry Baskin**, Partner, Baskin Shark Ltd
- Creative Effectiveness: **Gurdeep Puri**, Co-Founder, The Effectiveness Partnership
- Data Master: **David Shing**, Digital Prophet, AOL
- Innovation: **David Droga**, Creative Chairman, Droga5
- Media: **Barry Cupples**, Global CEO, Investment, Omnicom Media Group
- Strategic Leadership: **Lucy Jameson**, CEO, Grey London

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 12.000 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)