Cannes Lions: Star-Aufgebot fÃ¼r Festivalprogramm

ID: LCG15187 | 11.05.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Kreative Vielfalt und eine riesen Bandbreite an Inspiration bietet das diesjährige Programm des Cannes Lions Festivals. Mehr als 250 Vortragende und hochkarätige Stars geben ihr Know-how zum Besten.

Wien/ Cannes (LCG) – Das wichtigste Festival für kreative und innovative Kommunikation übertrumpft sich erneut und wartet mit einer noch vielseitigeren und hochkarätigeren Programmbesetzung verglichen zum Vorjahr auf. Über 250 Vortragende, Ambassadeure und Gastredner geben ihre Erfahrungen und ihr Know-how aus unterschiedlichen Kreativsparten an Wissbegierige weiter. Auf die meistgestellte Frage, nach welchen Kriterien die Redner ausgesucht werden, meint CEO der Lions Festivals **Philip Thomas**, die Person müsse positiver Einfluss und Inspiration für die Industrie sein, um am Ende ihren Output zu steigern.

> „Das volle Programm des Cannes Lions Festivals 2015 ist vollgepackt mit genau solchen Leuten, die das können und werden", ist Thomas überzeugt.

Vortragende aus 24 verschiedenen Ländern werden heuer im Zuge von Seminaren, Workshops, Foren und Meisterklassen Inhalte vermitteln. Während des siebentägigen Festivals finden mehr als 150 Lehrveranstaltungen statt.

Hochkarätiges Staraufgebot

Teilnehmer profitieren von große Namen aus der Musikindustrie: Löwen-Preisträger **Pharrell Williams** unterstützt iHeartMedia. Gemeinsam untersuchen sie, wie unterschiedliche Kreativbereiche zusammengeführt werden können. Der kontroverse Sänger **Marilyn Manson** hält gemeinsam mit**Tor Myhren**, Worldwide Chief Creative Officer bei Grey, das neunte Annual Grey Music Seminar.

Während die Vereinten Nationen (kurz: UN) ihre globalen Ziele zur Ausrottung extremer Armut und zur Bekämpfung des Klimawandels präsentiert, spricht Filmproduzent und Drehbuchautor **Richard Curtis** gemeinsam mit SAWA (Screen Advertising World Association) über sein Ziel der weltweiten Sieben-Tages Kampagne, welche von der UN als die größte wohltätige Marketing Herausforderung des Jahrzehnts bezeichnete. SAWA, die Gründungspartner der Initiative sind, werden im Zuge des Cannes Lions Festivals die allererste globale Kinokampagne präsentieren und Curtis gemeinsam mit BBH Founder Sir **John Hegarty** sowie Journalistin und Moderatorin **Mariella Frostup** auf die Bühne bringen.

Außerdem werden noch Publicis Groupe Chairman und CEO **Maurice Lévy** und DJ-Star **David Guetta** aufeinandertreffen, während die preisgekrönte Schauspielerin und Komikerin **Julia Louis-Dreyfus** HBO Chairman und CEO **Richar Plepler** untertützen wird.

Sterne vom Wissenschafts-und Technolgiehimmel

Computer-Wissenschaftler und Verantwortlicher für die Entwicklung des World Wide Webs Sir **Tim Berners-Lee** wird gemeinsam mit PHD's weltweitem CEO **Mike Cooper** die nächste große Tech-Revolution künstlicher Intelligenz ergründen. Und Editor-in-Chief der Cosmopolitan **Joanna Coles** untersucht gemeinsam mit Snapchat Co-Founder und CEO **Evan Spiegel** , die Herangehensweise und Annäherung an die Generation der Millenials.

Weltweite, kreative Vorreiter

Die mehrfachausgezeichnete japanische Agentur Hakuhodo wird die komplexe Kreativlandschaft entschlüsseln. Und die Werbeagentur FCB (Foote, Cone & Belding) gibt Preis, wie das vielschichtige

Lateinamerika einen Weg gefunden hat, sich seine Kultur zu Nutze zu machen und herausragende, kreative sowie preisgekrönte Kampagnen zu kreieren.

Produktionstalente

Als eine der weltweit meist gesehenen und populärsten Podcasts, zählt „Serial" rund 80 Millionen Downloads. Executive Producer Julie Snyder, Produzentin Dana Chivis sowie Journalistin und Moderatorin Sarah Koenig werden mit Jonathan Cude von McKinney hinter die Kulissen blicken. Gemeinsam zeigen sie, wie Expertise in Storytelling, in Kombination mit strenger und gründlicher Berichterstattung, den rekordbrechenden Podcast in ein globales Kulturphänomen verwandelt hat.

Leistungsstarke Marken

Die europäische Marke Heineken, Sieger des diesjährigen Creative Marketer of the Year Awards, stellt seinen Senior Brand Director **Gianluca Di Tondo** und seinen Executive Director Global Marketing, **Soren Hagh**. Gemeinsam gehen sie mit den Teilnehmern auf eine Tour legendärer Kreativität und erforschen die Relevanz Entscheidungen in Führungspositionen über die richtigen Partner, die richtige Kultur und die richtige Marke zu treffen.

Das volle Programm ist ab sofort online unter www.canneslions.com verfügbar. Das 62. Cannes Lions Festival of Creativity findet von 21. bis 27. Juni 2015 in Cannes statt.

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-Werbehahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen auf http:// enterprise.ORF.at ,http:// contentsales.ORF.at undhttp:// 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)