Cannes Lions verkÃ¼ndet â€žSee It Be Itâ€œ-Teilnehmerinnen -BILD

ID: LCG15222 | 01.06.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Zwölf Frauen aus rund 200 Bewerbungen nach zweiwöchigem Interviewverfahren für Teilnahme am „See It Be It"-Programm auserkoren. Österreichs weibliche Kreative leider nicht dabei.

Bilder zur Meldung unter http:// presse.leisuregroup.at/ orf-enterprise/ cannes2015/ sibi

Wien/ Cannes (LCG) – Der Kampf gegen das Gender-Ungleichgewicht im Kreativsektor steht beim Cannes Lions International Festival of Creativity hoch im Kurs: Nach der erfolgreichen Einführung der „See It Be It"-Initiative vergangenes Jahr, wurden auch heuer wieder zwölf kreative Frauen aus rund 200 Empfehlungen von führenden Agenturen weltweit für die Teilnahme am dreitägigen Programm ausgewählt. Der Selektion ging ein zweiwöchiges intensives Interviewverfahren voran. Jede der Teilnehmerinnen kann zwischen sechs und zehn Jahren Berufserfahrung vorweisen und gilt als vielversprechende kreative Führungskraft für die Zukunft.

Dem Programmlaunch 2014 folgten eingehende Recherchen. Sie zeigten, dass die Zahl der weiblichen Festival-Teilnehmer die geringe Anzahl an Frauen in kreativen Führungspositionen weltweit widerspiegelt. Dies gab Cannes Lions Anlass, weibliche Kreative mehr ins Rampenlicht zu rücken.

Insgesamt 30 Prozent der Sprecherinnen und 31,5 Prozent der Jurymitglieder des Cannes Lions Festivals sind Frauen, womit heuer ein Höchstwert in der 62-jährigen Festivalgeschichte erzielt wird.

> „Es sind leider nicht die 50 Prozent, die wir gerne sehen würden. Jedoch sehen wir uns verpflichtet, dieses Ungleichgewicht auszuloten", fügt **Philip Thomas** , CEO der Lions Festivals, hinzu.

Informationen zu den Teilnehmerinnen auf http://www.canneslions.com/ cannes_lions/ seeit .

Keine Bewerbung aus Österreich

Aus Österreich kamen heuer keine Bewerbungen zur Teilnahme am „See It Be It"-Programm. **Oliver Böhm** , CEO der ORF-Enterprise, dem Cannes Lions Österreich-Repräsentant, fordert heimische kreative Frauen auf:

> „Wir haben hierzulande ein großes Potenzial an kreativen Frauen, die als künftige Führungskräfte sehr vielversprechend sind. Die Initiative ist eine tolle Möglichkeit, Österreichs Frauen aus der Kreativbranche ins Rampenlicht zu rücken und so ihre Leistungen zu würdigen. Nachdem heuer keine einzige Bewerbung um das ‚See It Be It'-Programm aus Österreich in Cannes eintraf, hoffe ich umso mehr für nächstes Jahr, dass unsere heimischen Vorreiterinnen sich ihren Teilnahmeplatz im Programm sichern und so in den Genuss vieler Vorteile kommen."

Über das See It Be It-Programm

Die Initiative „See It Be It" wurde 2014 erfolgreich eingeführt und war auch Impulsgeber für den neuen „Glass Lion: The Lion for Change"-Award, der heuer erstmals vergeben wird. Das dreitägige Programm für zwölf kreative Frauen soll auf das Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern in der Kommunikationsindustrie aufmerksam machen und der Karriereförderung von Frauen im Kreativbereich dienen. Den ausgewählten Teilnehmerinnen wird Flug, Unterkunft und ein 7-Tagespass für das Cannes Lions Festival

zur Verfügung gestellt. Außerdem werden sie Sprecher des Festivals treffen, an Vorträgen teilnehmen, eine Führung durch die Räumlichkeiten der Jury bekommen und erhalten Zutritt zu exklusiven Mentoren-Events.

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 .

Das 62. Cannes Lions Festival of Creativity findet von 21. bis 27. Juni 2015 im französischen Cannes statt.

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, internationale Content Verwertung und Musikverlag, 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 und Gewinnspiele. Im Bereich der Rechteverwertung verantwortet die ORF-Enterprise den weltweiten Verkauf von österreichischen TV Produktionen, Licensing & Merchandising und betreibt den ORF-Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. 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-Top 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)