

Cannes Lions: Lions Live-Gewinner stehen fest

ID: LCG15228 | 03.06.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Online-Voters bestimmen die Inhalte für Lions Live-Programm. Nach Rekordteilnahme stehen die Sieger für die Livestream-Sessions fest: TBWA Worldwide, WPP, Heineken, Unilever, Razorfish & Contagious, PHD und MediaCom.

Wien/ Cannes (LCG) – Zwei Wochen lang wurde online und öffentlich auf <http://www.canneslions.com> für die interessantesten Live Sessions gevotet. Als Sieger gehen die Agenturen TBWA Worldwide, WPP, Heineken, Unilever, Razorfish & Contagious, PHD und MediaCom hervor. Sie geben im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity von 21. bis 27. Juni 2015 ihr Know-how via Live Stream an die Öffentlichkeit weiter. Mit 19.135 Stimmen konnte die Votingteilnahme im Vergleich zu 2014 um neun Prozent gesteigert werden.

Lions Live: Top-Themen hautnah überall und für jedermann

„Die Ergebnisse des Online-Votings für Lions Live sind jedes Mal aufs Neue interessant und spannend. Es zeigt, was die Branche gerade am meisten interessiert und bewegt. Heuer haben wir einen soliden Mix aus aktuellen Themen: Vom viel propagierten Terminus ‚Disruption‘ bis hin zum Klimawandel gemeinsam mit dem ehemaligen Vize-Präsidenten der Vereinigten Staaten **Al Gore**, sowie Einblicke in den Datenbereich von weltweiten Top-Performers. Wir freuen uns, dass wir die Inhalte auch für alle Interessierten, die nicht am Festival teilnehmen, zur Verfügung stellen können“, so **Philip Thomas**, CEO der Lions Festivals.

Live Lions bietet damit allen Interessierten eine Möglichkeit indirekt am Festival teilzunehmen und auch jenen Know-how zu vermitteln, die es nicht nach Cannes schaffen. YouTube und Mindshare sind Partner der Online-Initiative.

Das Lions Live-Programm

Sonntag, 21. Juni, 10:00 – 10:45 CEST

'How to Survive a Zombie Attack (and Harness Cultural Trends to Grow Brands)', hosted by MediaCom: Die genialen Köpfe hinter der Kult-Fernsehshow „The Walking Dead“ reden über Zombie Attacken und Kulturphänomene.

Montag, 22. Juni, 16:00 – 16:45 CEST

'Toolkit for Transformation', hosted by Razorfish Global & Contagious

Mit kombinierter Fachexpertise in kreativer Veränderung von Unternehmen, Konsumkultur und Technologie zeigen Razorfish Global und Contagious, was Interessierte in Zukunft von der Industrie lernen können.

Dienstag, 23. Juni, 11:00 – 11:45 CEST

'Sentience: The Coming AI Revolution', hosted by PHD
Erfinder des World Wide Web Sir **Tim Berners Lee** unterstützt **Mike Cooper**, CEO der Mediaagentur PHD, um gemeinsam über die Revolution der Künstlichen Intelligenz zu diskutieren.

Mittwoch, 24. Juni, 11:00 – 11:45 CEST

'Marketing For People', hosted by Unilever
Keith Weed zeigt wie sich Menschen in jeder Lebenslage vermarkten können.

Donnerstag, 25. Juni, 17:00 – 17:45 CEST

'Social Networking Since 1864', hosted by HEINEKEN
HEINEKEN erzählt von seinen legendären Kreativ-Erfolgen und ihrer Rolle in der Entschlüsselung von Social Networking rund um den Globus, um den kreativen Output zu erhöhen.

Freitag 26. Juni, 12:00 – 13:00 CEST

'The Cannes Debate: Sir Martin Sorrell in Conversation with Al

Gore', hosted by WPP

Sir **Martin Sorrell** spricht gemeinsam mit dem ehemaligen US-Vize Präsidenten **Al Gore** über „Live Earth“, das aktuelle Projekt „Road To Paris“, ein „Climate Reality Project“, sowie über die Rolle von Kommunikation in Politik- und Umwelt-Campaigning.

Samstag, 27. Juni, 11:00 – 12:00 CEST

'25 Years of Disruption: Conversation with Today's Most Disruptive Marketers', hosted by TBWA

Disruptive Marketing-Experten diskutieren gemeinsam mit **Jean-Marie Dru** über die Rolle von „Disruption“ in globaler Markenbildung.

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-Werbeahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen auf <http://enterprise.ORF.at>, <http://contentsales.ORF.at> und <http://musikverlag.ORF.at>.

