Cannes Lions: Die ersten Sieger nach dem Auftakt -BILD

ID: LCG15259 | 23.06.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Am ersten Tag der Award Show wurden die begehrten Löwen in den Kategorien Promo & Activation, Direct, Press und Mobile vergeben. Volvo sicherte sich gleich zwei Grand Prix mit Grey London und New York. Außerdem: Teilnehmerrekord durch Festival-Content-Programm.

Bilder zur Meldung unter http:// presse.leisuregroup.at/ orf-enterprise/ cannes2015/ winners_22062015

Wien/ Cannes (LCG) – Montagabend, wurde der Rote Teppich für die ersten Sieger des 62. Cannes Lions International Festival of Creativity, in den Kategorien Promo & Activation, Direct, Mobile und Press, ausgerollt.

Kategorie: Promo & Activation

Von insgesamt 3.196 Einreichungen in der Kategorie Promo & Activation wurden heuer 117 mit einem Löwen ausgezeichnet. Der Grand Prix ging an Grey London mit „Lifepaint" für Volvo UK. Damit habe Grey London nicht nur die kreative Latte um ein vielfaches angehoben, sondern auch einen positiven Beitrag für die Menschheit geleistet, so Jury-Präsident **Matt Eastwood**, Worldwide Chief Creative Officer bei J. Walter Thompson.

> „Die Arbeit von Grey London fördert die Bereitschaft zu einer neuen, lebensrettenden Sicherheitsstrategie für Radfahrer im Verkehr und wandelt diese zugleich auf elegante Weise in eine Art Anleitung und Hilfestellung – nicht nur für Autofahrer, sondern für alle Verkehrsteilnehmer. Dieses einfach anzuwendende Produkt wird in Zukunft viele Leben retten."

Kategorie: Direct Lions

Bei den Direct Lions konnte Volvo mit Grey New York für „Interception" den zweiten Löwen ergattern. Die Kategorie zählt 2.813 Einreichungen. Davon wurden 83 Arbeiten mit einem Löwen ausgezeichnet.

Kategorie: Mobile

Bei 1.246 Einreichungen fanden 57 Löwen ein neues Zuhause. Google Mountain View sicherte sich den Grand Prix für das „Cardboard" von Google – eine Idee, die die „virtuelle Realität sehr viel einfacher zugänglich gemacht hat", kommentiert Jury-Präsidentin **Joanna Monteiro** , VP Creative Director bei FCB Brazil.

> „Die Jury ist überzeugt, dass Google Cardboard ein neue Ära einläuten wird, indem es Virtual Reality für jeden zugänglich machen wird. Das Cardboard kostet ungefähr 20 Dollar und gibt Unternehmen die Möglichkeit mehr Konsumenten zu erreichen und ihnen Produkte auf einer neuen Ebene näher zu bringen."

Kategorie: Press

Insgesamt 79 Löwen wurden bei 4.470 Einreichungen vergeben. Als großer Sieger geht The Community/ La Communidad Miami mit „Dog", „Baby", „Squirrel" and „Moths", einer Kampagne für die Stadt Buenos Aires, hervor. Der Grand Prix stehe für Neues, Originelles und Einzigartiges sowie kreativen Mut und diese Kampagnenidee sei

die anspruchsvollste – fern von der Komfortzone -gewesen, begründete der Jury-Präsident Pablo del Campo, Worldwide Creative Director bei Saatchi & Saatchi Argentinien die Entscheidung der Jury.

Zwei bronzene Löwen gingen auch in heimische Gehege über: Reichl und Partner für „List" und Jung von Matt/ Donau für „Smart for Two" koönnten mit ihrer Kreativität überzeugen. (Nähere Informationen in der Presseaussendung vom 22. Juni 2015 unter www.leisure.at/presse)

Rekordhoch an Festivalteilnehmern

Nicht nur das Rekordhoch bei den Einreichungen gibt es heuer zu verzeichnen, sondern auch einen Rekord mit rund 13.500 Teilnehmern beim diesjährigen Cannes Lions International Festival of Creativity. Die Veranstalter begründen dies mit dem spannenden Contentprogramm. Am ersten und zweiten Festivaltag waren die Hörsäle bis zum letzten Platz ausgebucht, als Tinder-Gründer und –Präsident **Sean Rad** Erfolgsstrategien verriet; Das Team hinter „The Walking Dead" von AMC gab Einblicke, wie eine Zombieattacke zu überleben ist und wie kulturelle Trends für Markenwachstum eingesetzt werden können, während **Jefferson Hack** von Dazed und Schauspielerin **Samantha Morton** über weibliche Kreativität, die den Film revolutionierte, sprachen. Beim neunten Annual Grey Music Seminar hatte der CCO der Grey Group, **Tor Myhren**, eine „Konversation mit dem Antichristen" als er auf der Bühne mit **Marylin Manson** stand.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe-und Kommunikationsaward werden jährlich rund 40.000 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 von 300 Juroren in den 17 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 13.500 Delegierte aus rund 90 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, 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)