

Cannes Festival endet mit viermal Bronze für Österreich

ID: LCG15273 | 28.06.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Am letzten Award Show Abend verliehen die Cannes Lions-Jurys weitere Löwen in den Kategorien Film, Film Craft, Branded Content & Entertainment, Titanium & Integrated sowie diverse Special Awards. Österreichs Kreative bringen vier Bronze Löwen nach Hause.

Wien/ Cannes (LCG) – Gestern, Samstagabend, ging die letzte Award Show des 62. Cannes Lions International Festival of Creativity über die Bühne. Die Jurys kürten kreative Exzellenz in den vier verbleibenden Kategorien und vergaben die Special Awards.

Film Lions

Die Film-Jury prämierte 101 Arbeiten, davon erhielten zwei einen Grand Prix. In der TV/ Cinema-Subkategorie sicherte sich F/ NAZCA Saatchi & Saatchi São Paulo für Leica Institutional mit "Leica Gallery São Paulo" einen Großen Preis. Den zweiten Grand Prix holte sich die Martin Agency aus Richmond, Virginia (USA), für Geico mit "Unskippable: Family Long Form 01".

Film Craft Lions

Adam&eveDDB konnte mit „Monty's Christmas“ für John Lewis Partnership überzeugen und holte sich den Grand Prix.

„'Monty's Christmas' berührte unsere Herzen“, so Jury-Präsident **João Daniel Tikhomiroff** über die Siegerkampagne.

Insgesamt 66 Arbeiten wurden von der Jury mit einem begehrten Löwen ausgezeichnet.

Branded Content & Entertainment

Von 1.394 Einreichungen wurden 63 für ihre kreative Exzellenz mit einem Löwen ausgezeichnet. Ein Grand Prix wurde heuer in dieser Kategorie nicht vergeben, der Jury fehle „das einzigartige Element, über das noch in zehn Jahren gesprochen werden würde“, so Jury-Präsident **David Lubars** (BBDO).

Titanium & Integrated und Grand Prix for Good

16 Löwen, bei 374 Einreichungen, übersiedelten in neue Gehege. Der Titanium-Grand Prix ging an CP +B Boulder für Domino mit „Emoji Ordering“, während sich Wieden +Kennedy New York für Jordan Brand mit „RE2PECT“ den Integrated-Grand Prix sichern konnte.

Zudem zeichnet die Jury der Titanium & Integrated-Kategorie für die Siegerwahl und Auszeichnung durch den Grand Prix for Good verantwortlich. Dieser Special Award gilt Arbeiten aus dem karitativen, öffentlichen oder non-profit Bereich und ging heuer an die ALS Association für die „Ice Bucket Challenge“.

Special Awards

Bob Greenberg, Gründer, Vorsitzender und CEO von R/ GA, wurde der diesjährige Lion of St. Mark, als Zeichen und Anerkennung seiner herausragenden Leistung in kreativer Werbung und Kommunikation, verliehen.

Mit dem LionHeart Award wurde der ehemalige US Vizepräsident **Al Gore** für seinen Beitrag zu Umweltbewusstsein ausgezeichnet.

Der Titel des Creative Marketer of the Year ging an HEINEKEN.

Zur Agency of the Year wurde R/ GA New York gekürt, gefolgt von Grey New York am zweiten und Ogilvy Brasilien, São Paulo, am dritten Platz.

Droga5 New York durfte sich über den Titel Independent Agency of the Year freuen. Wieden +Kennedy Portland (USA) landete am zweiten Platz, gefolgt von Wieden +Kennedy London (UK).

Den Network of the Year Award sicherte sich Ogilvy & Mather noch vor BBDO Worldwide und Grey.

Der Holding Company of the Year Award ging an WPP, gefolgt von Omnicom und Publicis Group.

Young Lions Film

Beim Kreativnachwuchs in der Kategorie Film siegte Deutschland vor Australien und Russland.

Endstand für Österreich

Österreichs Agenturen kehren mit vier Bronze-Auszeichnungen nach Hause. Jung von Matt/ Donau kann gleich mit drei Einreichungen punkten und dafür jeweils einen Löwen ergattern. Reichl und Partner hält bei einem bronzenen Löwen. (Nähere Informationen in der Presseaussendung vom 23. Juni 2015 unter <http://www.leisure.at/de/presse>)

Für die Sonderausgabe des österreichischen Magazins „Vanguardist“ erhielt die Schweizer Werbeagentur Saatchi & Saatchi, unter der kreativen Leitung von **Jason Romeyko**, gleich acht Löwen. Die limitierte Auflage wurde mit einer Mischung aus Druckerfarbe und Blut von HIV-positiven Menschen gedruckt.

„Ich gratuliere den diesjährigen Zugpferden der heimischen Kommunikationsbranche und freue mich jetzt schon, ihnen am 21. August in Österreich im Zuge der ehemaligen Cannes Rolle -die ab heuer den Veranstaltungstitel ,ORF-Enterprise Cannes Lions Night' trägt -nochmal persönlich gratulieren zu dürfen,“ so ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** .

Damit geht das 62. Cannes Lions Festival mit über 13.500 Teilnehmern und mehr als 500 Vortragenden, sieben Young Lions Wettbewerben, fünf Award Shows, zwei Galas sowie zahlreichen

Network- und Lernmöglichkeiten zu Ende. Die Highlights der Woche können unter <http://www.youtube.com/user/canneslions> abgerufen werden. Alle Gewinner und Informationen zu ihren Arbeiten können unter <http://www.canneslionsarchive.com> abgerufen werden.

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-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)

