

Drei Sieger bei letzter Cannes Chimera Challenge

ID: LCG15305 | 03.08.2015 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Teams aus Singapur, Großbritannien und Vietnam gehen heuer bei der letzten Cannes Chimera Challenge als Sieger hervor und erhalten Fördergelder im Wert von 160.000 US-Dollar, um ihre Ideen zur Unterstützung des Global Citizen Projekts umzusetzen.

Wien/ Cannes (LCG) – Bei der fünften und letzten Cannes Chimera Challenge des Cannes Lions International Festival of Creativity sichern sich drei Agenturen aus Singapur, Großbritannien und Vietnam Preisgelder zur weiteren Umsetzung ihres Kommunikationskonzepts. Die Teilnehmer der Challenge waren aufgerufen ein Konzept zur Markenaktivierung und Steigerung der öffentlichen Wahrnehmung des Global Citizen Projekts zu entwickeln. Global Citizens ist eine neue Plattform über die möglichst viele Menschen, zur Lösung von Gesundheits- und Entwicklungsproblemen, informiert und mobilisiert werden sollen. Über neue Wege lernen Interessierte über die vorherrschenden globalen Probleme, können diese weiter verfolgen und vor allem selbst Maßnahmen ergreifen.

Die Siegerkampagnen

Siegerteams erhalten für ihre Kampagnen Preisgelder im Wert von bis zu **160.000 US-Dollar, um ihre Ideen zur Unterstützung des Global Citizen Projekts umzusetzen.**

Mit '**Sign Up Is Power**' plant **DDB Singapur** Kabinen rund um ausgewählte Städte in Großbritannien, USA, Frankreich, Deutschland, Kanada und Australien aufzustellen. Dort sollen Interessenten die Möglichkeit haben sich für die Unterstützung von Global Citizen anzumelden. Während sie automatisch in der Kabine Körperhitze abgeben, wird diese währenddessen in Elektrizität für

Bedürftige umgewandelt. Damit soll gezeigt werden, dass bereits kleine Aktionen etwas bewegen können.

Sapient Nitro UK 's **'We Are Close'** ist ein Facebook-Quiz, das Usern zeigt, wie der mögliche Migrationshergang ihrer Vorfahren ausgesehen haben könnte, um so zu demonstrieren, dass wir alle auf die eine oder andere Art mit in extremer Armut lebenden Menschen verbunden sind.

'Global Impact Predictor' von **OgilvyOne Worldwide Vietnam** ist die Idee einer App zur Darstellung des potenziellen globalen Einflusses, den User mit ihrem eigenen Social Media Netzwerk haben können.

Eine Ära geht zu Ende

Die fünfte Runde der Cannes Chimera Challenge ist nun auch die letzte gewesen.

„Die letzten fünf Jahre haben wir in Kooperation mit der Bill & Melinda Gates Foundation eine Reihe von nachhaltigen Kampagnen kreieren und wichtige Beziehungen in der Industrie aufbauen können. Allem voran hoffen wir, Menschen dazu inspiriert zu haben, ihre Kreativität dem wohl bedeutendsten Sinn und Zweck von allen zu widmen: der Menschheit selbst“, so Lions Festival CEO **Philip Thomas** .

Seit der Einführung im Jahr 2011 zählt die Cannes Chimera Challenge mit ihren fünf Wettbewerben über 4.000 Einreichungen und konnte insgesamt 34 kreative Ideen mit Startfördergeldern unterstützen. Das Konzept „VIOOLY“ der GALEWILL Designagentur aus New York erhielt als einziges eine zusätzliche Finanzierung von der Bill & Melinda Gates Stiftung.

Nähere Informationen zu den Siegerkampagnen sowie dem Briefing online unter [http:// www.canneschimera.com](http://www.canneschimera.com) .

Über die Cannes Chimera Initiative

Die in Partnerschaft mit der Bill & Melinda Gates Stiftung eingeführte Cannes Chimera Initiative richtet sich an kreative Kommunikatoren. Innovative Kommunikationskonzepte sollen dabei helfen, öffentliches Interesse zu wecken, Bewusstsein zu schaffen und mehr Unterstützung zur Lösung wichtiger globaler Probleme zu gewinnen. Bis zu zehn Gewinner können Fördergelder gewinnen. Die Sieger sind anschließend am Workshop der Bill & Melinda Gates Foundation mit den Cannes Lions Grand Prix Siegern des Vorjahres teilnahmeberechtigt. Etwa sechs Monate haben die Teilnehmer Zeit, ihre Ideen weiterzuentwickeln und zu testen, um eine mögliche zweite Finanzierungshilfe durch die Bill & Melinda Gates Foundation in der Höhe von bis zu einer Million US-Dollar für die Umsetzung zu erhalten. Weitere Informationen über Cannes Chimera unter [http:// www.canneschimera.com](http://www.canneschimera.com) .

Über die ORF Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier TV-Sender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Österreich 1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Online-Angebot auf ORF.at, die ORF TVthek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Merchandising/Licensing werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Musikverlag sowie ein Plattenlabel. Die ORF-Enterprise ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativ-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-Top Spot, ORF-Werbebahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung der ORF-Enterprise setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbe-Vermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen, Administration, Internationale Rechteverwertung) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100prozentige Tochter des

ORF Medienkonzerns und hält unter anderem Beteiligungen an der Video-on-Demand-Plattform Flimmit. Weitere Informationen auf [http:// enterprise.ORF.at](http://enterprise.ORF.at) , [http:// contentsales.ORF.at](http://contentsales.ORF.at) und [http:// musikverlag.ORF.at](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](http://www.leisure.at) . (Schluss)