

## **Thank You Creativity: Cannes Lions International Festival of Creativity stellt neue Kampagne vor** BILD/ VIDEO

ID: LCG16042 | 12.02.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

**Kampagne für das 63. Festival an der Côte d'Azur versteht sich als Liebeserklärung an die Kraft der Kreativität.**

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=vOao1pxgAVc>

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2016/kampagne>

Cannes/ Wien (LCG) – Mit dem Claim „Thank You Creativity“ bewirbt das wichtigste Kommunikationsfestival der Welt seine 63. Auflage, die heuer von 18. bis 25. Juni 2016 über die Bühne gehen wird. Bei der inhouse gestalteten Kampagne kommen Kreative mit ihren Statements zur Kraft der Kreation zu Wort und bringen die Faszination für ihren Job zum Ausdruck. Creative Director **David** sagt über seine Aufgabe beispielsweise: „Bilder und Worte zu benutzen, um Menschen glücklich zu machen, ist eine Freude. Dafür bezahlt zu werden, ist absurd.“ Sounddesigner **Rob** meint auf den Sujets: „Informationen bedeutungsvoll und menschlich zu machen“, Industry Manager **Pia** hingegen sagt: „Die Chancen in Problemen zu erkennen“, Global Business Development Vice President **Frank** freut sich: „Einen Job zu haben, der sich nie nach Arbeit anfühlt“ und Managing Director **Julie** fasziniert: „Die Erwartungen zu übertreffen“.

**Starkes Zeichen für die Kreativwirtschaft**

Lions Festivals CEO **Philip Thomas** erklärt: „Die Kampagne bringt die Vielseitigkeit der Kreativität als Wirtschaftsfaktor und gesellschaftlichen Veränderungsprozess zum Ausdruck. Sie gibt den Menschen einen Einblick in die Magie der Kommunikationsindustrie und erinnert uns daran, dankbar für die Veränderungen zu sein, die wir täglich bewirken können.“

Die ORF-Enterprise ist offizielle Festivalrepräsentanz Geschäftsführer **Oliver Böhm** begrüßt die neue Kampagne: „Wie auch die neue IAA-Kampagne #playoffense zeigt, 'Thank You Creativity' die wirtschaftliche Bedeutung der Kommunikationsindustrie auf und leistet einen Beitrag zur positiven Stimmung in der Branche. Gleichzeitig ist sie eine sympathische Einladung, um beim Festival einzureichen. Wie immer gilt: Nur wer einreicht, kann auch gewinnen!“

### **Integrierte Kampagne mit digitaler Schlagader**

Für die Kampagne wurde eine neue Wortbildmarke geschaffen, die die bekannten und beliebten Löwen mit dem Claim zusammenführt. Als digitale Drehscheibe der crossmedialen Kampagne fungiert die Seite <http://thankyoucreativity.com>, auf der auch die zahlreichen Kurzfilme zu sehen sind. Erstmals sind auf der Kampagnen-Seite auch inspirierende Seminare und löwenerprobte Case Studies für die Öffentlichkeit frei zugänglich.

### **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, der globalen Benchmark für kreative Exzellenz, in den Kategorien Creative Effectiveness, Creative Data, Cyber, Design, Digital Craft, Direct, Entertainment, Entertainment for Music, Film, Film

Craft, Glass: The Lion for Change, Health & Wellness, Innovation, Integrated, Media, Mobile, Outdoor, Pharma, PR, Print & Publishing, Product Design, Promo & Activation, Radio und Titanium. Über 15.000 Delegierte aus rund 95 Ländern nehmen eine Woche lang an den aus Ausstellungen, Screenings und Gesprächen bestehenden Programm teil. Die ORF-Enterprise ist offizieller Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity in Österreich. Weitere Informationen auf <http://www.canneslions.com>.

## **Über Lions Festivals**

Lions Festivals sind die Organisatoren des Cannes Lions International Festival of Creativity, als auch von Lions Health, Lions Innovation, Lions Entertainment, und eurobest, sowie auch Mitveranstalter ihrer Joint Venture Partner von Dubai Lynx International Festival of Creativity, Spikes Asia Festival of Creativity und der Asian Marketing Effectiveness & Strategy Awards. Nähere Informationen auf <http://www.lionsfestivals.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-Werbehahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung der ORF-Enterprise setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbe-Vermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen, Administration, Rechteverwertung, Musikverlag) 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://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)

