

Cannes Lions sucht Österreichs kreativste Frauen -BILD/ VIDEO

ID: LCG16069 | 08.03.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Für die Initiative „See It Be It“ sucht Cannes Lions auch heuer wieder kreative Frauen, um sie bei ihrem beruflichen Werdegang zu unterstützen und ihnen mehr Stimme zu verleihen. Außerdem bringt das Jahr 2016 Neuerungen im Programm mit sich.

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

Video zu Meldung unter https://www.youtube.com/embed/bCa2ZDp_a-A?rel=0&controls=0&showinfo=0

Wien/ Cannes (LCG) – Cannes Lions lädt kreative Frauen aus Österreich und der Welt zur Teilnahme am „See It Be It“-Programm ein. Mit der Initiative möchten die Initiatoren auf das Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern in der Kommunikationsindustrie aufmerksam machen. Ein dreitägiges Programm soll der Karriereförderung von Frauen im Kreativbereich dienen. Ausgewählte Teilnehmerinnen werden zur Gänze mit Flug, Logie und einem Wochenpass für das Cannes Lions Festival gesponsert. Auf dem Festival haben sie die Möglichkeit von Branchenvorreitern zu lernen, hinter die Kulissen zu schauen und ihr Netzwerk auszubauen.

Oliver Böhm, CEO der ORF-Enterprise, der österreichischen Festivalrepräsentanz, fordert Österreichs kreative Frauen auf, ihre Leistungen zu zeigen und sich für die Initiative zu bewerben: „Mit der ‚See It Be It‘-Initiative bietet sich unseren Damen aus der Kommunikationsbranche eine einmalige Gelegenheit ihrer Karriere einen ordentlichen Schub zu verpassen und Insiderwissen von Experten aus aller Welt zu gewinnen.“

Die Neuerungen für 2016

- Neue „See It Be It“-Botschafterin
- Live Brief
- Zusätzliche Vorteile

Neue „See It Be It“-Botschafterin wird **Sarah Watson**, Chief Strategy Officer bei BBH New York. Ihre Aufgabe wird es sein die Ziele des Programms, die gerechte Geschlechterverteilung in der Kreativbranche, zu verteidigen und sich dafür einzusetzen. Außerdem wird sie den Teilnehmerinnen während des Festivals beratend zur Seite stehen.

„Bei ‚See It Be It‘ geht es darum den Menschen neue Sichtweisen über sich selbst und darüber was sie werden möchten aufzuzeigen. Es bringt nicht nur Veränderung für alle Beteiligten, sondern auf lange Sicht auch für die gesamte Kreativindustrie“, so Watson mit Vorfreude auf ihre Mission.

Zusätzlich zum praktischen Teil des Programms wird es eine Aufgabenstellung zu lösen geben, bei der das Missverhältnis am Kreativsektor öffentlichkeitswirksam aufgezeigt werden soll. Noch vor dem Festival erhalten die Teilnehmerinnen das Briefing und werden dann gemeinsam in Cannes in Form von Workshops ihre Ideen zu einer konkreten Lösung, von der die Branche profitieren kann, formen.

Um eine größere Bandbreite sicherzustellen sind heuer nicht nur kreative Frauen aus dem „traditionellen“ Agenturwesen gefragt, sondern auch aus den Fachbereichen, die durch Lions Innovation, Lions Health und Lions Entertainment abgedeckt werden. Insgesamt werden 15 Teilnehmerinnen für das diesjährige erstmals viertägige Programm ausgewählt und gesponsert.

Informationen über die Zulassung sowie zur Teilnahme am „See It Be It“-Programm sind online unter canneslions.com/seeitbeit zu finden. Bewerbungen sind ab sofort bis einschließlich 1. April 2016 möglich.

Über das „See It Be It“-Programm

Die Initiative „See It Be It“ wurde 2014 erfolgreich eingeführt und war auch Impulsgeber für den neuen „Glass Lion: The Lion for Change“-Award, der 2015 erstmals vergeben wurde. Das anfangs dreitägige Programm für zwölf kreative Frauen soll auf das Ungleichgewicht der Geschlechterverteilung in der Kommunikationsindustrie aufmerksam machen und der Karriereförderung von Frauen im Kreativbereich dienen.

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 dem 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 ORF-Enterprise

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, Administration und Internationale Content Verwertung, 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, Gewinnspiele, Licensing & Merchandising, der internationale Contentverkauf und der ORF-Musikverlag. ORF-Enterprise ist die offizielle Repräsentanz führender internationaler Kommunikations-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Eurobest Festival. Informationen unter <http://www.canneslions.com>. National werden die Kreativbewerbe ORF-Tops Spot, ORF-Werbeahn und ORF-Onward vergeben. Weitere Informationen unter <http://enterprise.ORF.at>, <http://contentsales.ORF.at> und <http://musikverlag.ORF.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung für redaktionelle Zwecke zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisure.at>. (Schluss)