

Neuer Rekord: Cannes Lions verzeichnet 43.101 Einreichungen für 2016

ID: LCG16251 | 16.06.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Außenpolitik Österreich | Medieninformation

Mit 43.101 Einreichungen verzeichnet Cannes Lions 2016 einen Zuwachs von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr und erreicht eine neue Höchstmarke.

Wien/ Cannes (LCG) – Cannes Lions, das wichtigste internationale Werbe- und Kommunikationsfestival, verzeichnet seine höchste Einreichquote – seit Beginn – mit insgesamt 43.101 Einreichungen (Vergleich 2015: 40.133 Einreichungen). 387 Experten aus 40 Ländern werden beim Wettbewerb um die begehrten Löwentrophäen neue Maßstäbe setzen. 18 von 24 Kategorien weisen Zuwächse auf, allen voran kann sich die Kategorie Product Design Lions mit einem Plus von 92 Prozent deutlich abheben. Bemerkenswerte Zuwächse können auch in den Kategorien der Fachveranstaltungen Lions Entertainment, Lions Innovation und Lions Health festgestellt werden.

Die Zuwächse im Detail

Die Kategorie Entertainment Lions (zuvor: Branded Content & Entertainment) wuchs um 32 Prozent auf 1.843 Einreichungen an, während die neu eingeführte Kategorie Entertainment Lions for Music mit 637 Einreichungen ihr Debut feiert.

Die beiden Kategorien der Fachveranstaltung Lions Innovation können ebenfalls ein Plus vorweisen: Die im vergangenen Jahr eingeführte Kategorie Creative Data wuchs um 16 Prozent an; Einen großen Sprung legen die Innovation Lions mit beachtlichen 69 Prozent vor, was sich durch den anhaltenden und weiterhin rasch wachsenden Einsatz von Daten und Technologie in Kreativität erklären lässt.

Mit 35 Prozent bei den Pharma Lions und 42 Prozent bei den Health & Wellness Lions konnten auch dieses Jahr wieder die Zuwächse an Einreichungen signifikant gesteigert werden.

Erfreulich für die Veranstalter sind auch die 1.150 Einreichungen in der seit diesem Jahr von Cyber & Mobile Lions losgelösten und eigenständigen Kategorie Digital Craft.

Die Einreichungen nach Kategorien für 2016

	2015	2016
Creative Data Lions	619	715
Creative Effectiveness Lions	160	109
Cyber Lions	3,738	2,886
Design Lions	2,409	2,857
Digital Craft Lions	-	1,150
Direct Lions	2,813	3,097
Entertainment Lions	1,394	1,843
Entertainment Lions for Music	-	637
Film Lions	3,070	2,801
Film Craft Lions	2,205	2,315
Glass: The Lion for Change	166	155

Health & Wellness Lions	1,430	2,024
Innovation Lions	226	381
Integrated Lions	-	279
Media Lions	3,179	2,986
Mobile Lions	1,246	1,259
Outdoor Lions	5,037	5,365
Pharma Lions	432	583
PR Lions	1,969	2,224
Print & Publishing Lions	4,470	3,775
Product Design Lions	280	538
Promo & Activation Lions	3,196	3,458
Radio Lions	1,720	1,410
Titanium Lions	374	254
TOTAL	40,133	43,101

Seit Dienstag, den 14. Juni 2016 haben die 387 Juroren mit ihrer Arbeit begonnen. Die ersten Resultate werden am ersten Tag der 63. Löwenspiele, am Samstag, den 18. Juni 2016, bei der Lions Health Awardshow verkündet.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe-und Kommunikationsaward werden jährlich rund 37.500 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 in den 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 15.000 Teilnehmer aus rund 95 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](http://www.canneslions.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 von 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://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)

