

Cannes Lions: Goldregen für Falter, IKEA Österreich und Ötztal Tourismus

ID: LCG16265 | 21.06.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Gleich vier Gold- und zwei Silber-Löwen erhält die starke Falter-Kampagne „Inferno“. Gold gibt es auch für den Ötztaler Skipass „SaveMe“, sowie einmal Gold und einmal Silber für IKEA Österreich.

Wien/ Cannes (LCG) – Nach den geteilten Etappensiegen darf sich Österreichs Agentur Jung von Matt/ Donau gemeinsam mit der deutschen Agenturniederlassung, die die Kampagne einreichte, über ganze sechs Löwentrophäen freuen. Der Spot **Inferno** für die Wochenzeitung Falter überzeugte in „Digital Illustration“, „Video/ Moving Image“ und „Overall Aesthetic Design“ in der Kategorie Digital Craft und sichert sich damit dreimal Gold. Auch in der Kategorie Design ergattert die Kampagne einen Gold- und zwei Silber-Löwen.

„Dieser Erfolg freut uns sehr, zumal Jung von Matt/ Donau die erste österreichische Agentur ist, die vier Goldene Löwen in einem Jahr gewinnen konnte. Die Arbeit entstand aus dem Zusammenspiel eines mutigen, vertrauensvollen Kunden mit einem ungewöhnlichem Konzept, umgesetzt mit Leidenschaft und Liebe zum Detail. Wir freuen uns mit unserem Kunden Falter und allen Beteiligten: Salon Alpin, WILD, Fifth Music“, freut sich **Andreas Putz**, GF Kreation und Partner Jung von Matt/ Donau.

Über einen geteilten Sieg in Gold in der Kategorie Product Design darf sich auch Serviceplan Austria und Serviceplan München freuen: Die innovative Lösung zum Katastrophenschutz **SaveMe** für den Kunden Ötztal Tourismus ist der erste Skipass mit integriertem Lawinensuchsignalreflektor, um die Bergrettung bei ihrer Suche

nach Verunglückten zu unterstützen. Die Einreichung erfolgte über Serviceplan München.

„Es ist einfach völlig verrückt, unwirklich und eine wahnsinnige Bestätigung dafür, wofür die Serviceplan Gruppe steht. Solche Cases macht niemand allein, sondern sie wachsen im Kollektiv. Und dieses Kollektiv ist die Gruppe. Völlig grenzenlos und immer gemeinsam im Sinne der Idee. Die Kategorie Product Design ist eine, die über klassische Werbung hinaus geht. Und das ist es auch, was die Leistung der Agentur tut. Früher haben wir Werbung für Produkte gemacht, heute entwickeln wir Produkte die Werbung machen. Es freut mich einfach unglaublich, dass diese Entwicklung jetzt auch mit einem Löwen in Gold bestätigt wurde“, so Serviceplan Austria Executive Creative Director **Christian Gosch** .

IKEA Österreich sichert sich gemeinsam mit der deutschen Agentur DDB Berlin einen goldenen und einen silbernen Löwen in der Kategorie Outdoor.

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>.

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-Werbebahn 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)

