

Cannes Lions verkündet die Sieger der zweiten Awardshow -BILD

ID: LCG16267 | 22.06.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Im Zuge der Awardshow gestern Abend vergab Cannes Lions begehrte Löwentrophäen in den Kategorien Creative Effectiveness, Design, Outdoor, PR, Product Design und Digital Craft. Einen Grand Prix sicherten sich Google, John Lewis, Because Music, Panasonic, Heineken Neuseeland und Coop.

Bilder zu den Kampagnen auf <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2016/awardshow21062016>

Wien/ Cannes (LCG) - Dienstagabend wurden im Zuge der zweiten Awardshow des 63. Cannes Lions International Festival of Creativity die kreative Exzellenz in den Kategorien Creative Effectiveness, Design, Outdoor, PR, Product Design und Digital Craft prämiert. Google, John Lewis, Because Music, Panasonic, Heineken Neuseeland und Coop nahmen jeweils einen Großen Preis mit. Edelmetalle wurden auch beim Kreativnachwuchs beim Young Lions Bewerb in den Kategorien PR und Design vergeben. Gold regnete es für Falter, IKEA Österreich und Ötztal Tourismus.

Auszeichnungen und Grands Prix Vergaben

Die Product Design Lions verzeichnen erstmals einen Rekord von 540 Einreichungen, wovon 11 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden. Der Grand Prix ging an „Jacquard“ von Google Creative Lab London für Google.

13 von 109 Einreichungen wurden in der Kategorie Creative Effectiveness mit einer Löwentrophäe prämiert. Mit **Monty's Christmas** für das Kaufhaus John Lewis überzeugte die Agentur adam&eve DDB (GB) und sicherte sich den Grand Prix.

Exzellente digitale Kreativität wurde in der Kategorie Digital Craft ausgezeichnet: Von 1.148 Einreichungen erhielten 50 einen Löwen. Der Große Preis in der jungen Kategorie ging an die Plattenfirma Because Music und ihre Agentur 84.Paris aus Frankreich für die herausragende Kampagne **Because Rcollection** .

2.856 Einreichungen zählen die Design Lions, wovon 104 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden. Der Design-Grand Prix ging an **Life is Electric** von Panasonic, umgesetzt von der Agentur DENTSU INC. Tokio.

Von 5.367 Outdoor-Einreichungen wurden 129 mit einem Löwen ausgezeichnet. Der Grand Prix ging an Heineken Neuseeland mit **Brewtoleum** von der Agentur Colenso BBDO.

84 von 2.225 Einreichungen bei den PR Lions erhielten eine Löwentrophäe. Mit **The Organic Effect** für das Schweizer Großhandelsunternehmen Coop überzeugte die Agentur Forsman & Bodenfors aus Schweden und erhielt dafür den Grand Prix.

Young Lions PR & Design

Bei den PR Junglöwen sicherten **sich Ben King** und **Michael DiSalvo** von Ogilvy Public Relations aus den USA die Goldmedaille, gefolgt von **Scott Olav Allan** und **Henriette Frølich Holte** von Gambit Hill + Knowlton Strategies aus Norwegen am zweiten Platz und **Paul Stollery** und **Matt Watson** von Hotwire PR aus Großbritannien am dritten Platz.

18 Teams bekamen die Aufgabe von den United Nations (UN) Bewusstsein bei Konsumenten und Händlern über die globale Nahrungsmittelverschwendung zu schaffen.

Den ersten Stockerlplatz im Young Lions Design Bewerb sicherten sich **Vinicius Spiepierski** (WMcCann) und **Fernando Marar** (F/ Nazca Saatchi & Saatchi) aus Brasilien. Silber ging an **Sofie Platou** (SNØHETTA) und **Kristina Nyjordet** (Creuna) und die Bronze-Medaille an **Rui Simões** und **Maria Bessa** von NOSSA™ aus Portugal.

20 Teams waren aufgefordert eine 360-Grad-Kampagne zur Promotion von gesunder Ernährung entsprechend dem Briefing der UN zu entwickeln.

Löwenstand Österreich

Bisher nur geteilten Beifall für heimische Agenturen: Vier Gold- und zwei Silber-Löwen erhielt die Falter-Kampagne **Inferno**. Über die drei Gold-Löwen in Digital Craft sowie einen Gold- und zwei Silber-Löwen in Design durften sich Österreichs Agentur Jung von Matt/ Donau gemeinsam mit der deutschen Agenturniederlassung, die die Kampagne einreichte, freuen. Über einen geteilten Sieg in Gold in der Kategorie Product Design für den innovativen Skipass **SaveMe** durften auch Serviceplan Austria und Serviceplan München jubeln. Der Kunde IKEA Österreich sicherte sich gemeinsam mit der deutschen Agentur DDB Berlin einen goldenen und einen silbernen Löwen in der Kategorie Outdoor.

Patrick Pichler und **Jonas Weber** holten Bronze für Österreich in der Kategorie Print beim Young Lions Bewerb.

Am Mittwochabend, dem 22. Juni 2016, werden im Rahmen der Awardshow die Sieger in den Kategorien Creative Data, Innovation, Mobile, Media, Cyber sowie die Young Lions Media und Cyber Gewinner als auch der Titel Media Person of the Year offiziell 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>.

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)

