

Cannes Lions kÄ¼rt Lions Entertainment Sieger

ID: LCG16272 | 25.06.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Gestern Abend wurden erstmals die Löwenawards im Rahmen des 2016 eingeführten, zweitägigen Events Lions Entertainment vergeben. Gleich zwei Grands Prix wurden in der neuen Kategorie Entertainment Lions verliehen.

Wien/ Cannes (LCG) – Zum ersten Mal ging das neue Expertenevent Lions Entertainment, das die Kategorien Entertainment Lions und Entertainment Lions for Music umfasst, über die Bühne. Kreativität, packendes Storytelling und überzeugender Content, der bis zur breiten Masse durchdringt, stehen bei den Entertainment Lions im Fokus. Bei den Entertainment Lions for Music hingegen sind es die Arbeiten, die zeigen wie essenziell Musik für effektive Markenkommunikation ist.

Auszeichnungen und Grands Prix Vergaben

Die **Entertainment Lions** verzeichnen 1.843 Einreichungen, wovon 61 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden. Der Grand Prix ging an das packende Virtual Reality-Erlebnis „ **The Displaced** “ für die „NYT VR“-App der Tageszeitung The New York Times, welches erstmals auch zum „Mainstream“ durchdringen konnte, indem es den Betrachter direkt in die globale Flüchtlingskrise versetzt. Für die Umsetzung zeichnet Vrse.works Los Angeles (USA) verantwortlich.

Bei der neu eingeführten Kategorie **Entertainment Lions for Music** wurden 32 von 636 Einreichungen mit einer Löwentrophäe prämiert und gleich zwei Einreichungen erhielten einen Grands Prix. Der erste Große Preis ging an das Musikvideo „ **Formation** “ für Beyoncé von Prettybird. Der zweite Grand Prix ging an den Kurzfilm „ **Home for Christmas** “ mit einer Original-Komposition für Edeka Zentrale & Co, umgesetzt von Jung von Matt Hamburg.

Young Lions Marketers

Beim Bewerb für den Kreativnachwuchs in der Kategorie Marketers sicherten sich **Nino Ungiadze** und **Ana Markozashvili** von der Bank of Georgia aus Georgien die Goldmedaille, gefolgt von **Anne Verdaasdonk** und **Burak Capar** von Vodafone aus der Türkei am zweiten Platz und **Olena Sapojnikova** und **Christian Di Vincenzo** aus Kanada am dritten Platz.

17 Teams erhielten die Aufgabe von den United Nations (UN) ein Produkt oder eine Kampagne zu erstellen, um den Weltklimavertrag von Paris zum Leben zu erwecken und bekannt zu machen.

Am Samstagabend, den 25. Juni 2016, werden im Rahmen der Awardshow die Sieger der Integrated Lions, Titanium Lions, Young Lions Marketers, Film Craft Lions, Film Lions, Young Lions Film, sowie die Sieger der Special Awards: Grand Prix for Good, Independent Agency of the Year, Creative Marketer of the Year, Lion of St. Mark, Palme d'Or Winners, Holding Company of the Year, Network of the Year, Agency of the Year, Masters of Creativity und des Cannes LionHeart Award offiziell verkündet.

Weitere Informationen sowie detaillierte Infos zu den aktuellen Siegern online unter <http://www.canneslions.com>.

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)

