

Das Grande Finale der Cannes Lions 2016 -PDF

ID: LCG16274 | 27.06.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Samstagabend ging die letzte Awardshow des 63. Cannes Lions International Festival of Creativity über die Bühne und die Gewinner in den Kategorien Film, Film Craft, Titanium & Integrated wurden prämiert und weitere Special Awards vergeben.

Liste der Österreich beteiligten Kampagnen bei den Cannes Lions 2016 online unter [http:// presse.leisuregroup.at/ orf-enterprise/ cannes2016/ CL_uebersicht](http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2016/CL_uebersicht)

Wien/ Cannes (LCG) – Am Samstag, den 25. Juni 2016, wurden im Zuge der Awardshow die Sieger in den Kategorien Film, Film Craft, Titanium & Integrated mit Löwentrophäen ausgezeichnet und die 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 der Cannes LionHeart Award vergeben. Österreich schließt somit das Cannes Lions Festival 2016 mit 10 Löwentrophäen ab, wobei nur ein Award im Festivalranking zur Gänze Österreich zugerechnet wird und mit einer Bronze Medaille bei den Young Lions in der Kategorie Print.

Löwenspiegel Österreich:

3 Gold (Digital Craft), 1 Gold & 2 Silber (Design): „ **Inferno**“-Kampagne für „Falter“, Jung von Matt/ Donau & Hamburg

1 Gold (Product Design): „ **SaveMe**“-Skipass für Ötztal Tourismus, Serviceplan Austria & München

1 Gold & 1 Silber (Outdoor): „Bed“, „Sofa“, „Grill“ Sujets für IKEA Österreich, DDB Berlin

1 Silber (Media): **Animal Detecting Billboards** für BMW Austria, Demner Merlicek & Bergmann

Auszeichnungen und Grands Prix Vergaben

Die **Film Lions** verzeichnen 2.801 Einreichungen, wovon 70 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden. Der Grand Prix ging an „**Shoplifters**“ für Harvey Nichols. Für die Umsetzung zeichnet adam&eveDDB verantwortlich, die mit wenig Budget, aber starkem und unterhaltsamen Storytelling überzeugen konnten, heißt es seitens des Film-Jurypräsidenten **Joe Alexander**.

In der Kategorie **Film Craft** wurden 71 von 2.317 Einreichungen mit einer Löwentrophäe prämiert. Den Großen Preis erhielt „**Phelps**“ für Under Armour von Droga5.

254 Einreichungen zählen die **Titanium Lions**. Fünf davon wurden mit einer Löwentrophäe ausgezeichnet und ein Grand Prix ging an Venables Bell & Partners aus San Francisco (USA) – die bereits einen Grand Prix in Promo & Activation erhielten – mit **#OptOutside** für den auf Outdoor-Bekleidung spezialisierten Retailer REI.

In der Kategorie **Integrated** wurden 278 Arbeiten eingereicht, wovon 13 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden. Der Grand Prix ging an „**House of Cards FU 2016**“ für Netflix von BBH New York.

Die Special Awards

Der **Lion of St. Mark** erhielt **Marcello Serpa** für seinen herausragenden Beitrag über viele Jahre am Kreativsektor. Gründer der Schuhmarke TOMS **Blake Mycoskie** wurde mit dem **LionHeart Award** für sein Businessmodell mit sozialer Verantwortung ausgezeichnet. Samsung Electronics wurde als **Creative Marketer of the Year** gewürdigt und der **Grand Prix for Good** ging an „Malak and the Boat“ für UNICEF von 180LA aus Santa Monica (USA).

Agency of the Year wurde AlmaBBDO aus São Paulo, Brasilien, den zweiten Platz machte Grey New York, gefolgt von INGO aus Stockholm am dritten Platz.

Independent Agency of the Year ist Droga5 aus New York.

Zweitplatzierte wurde Jung von Matt Hamburg und Drittplatzierte Wieden + Kennedy aus Portland (USA).

Die **Palme d'Or** -Auszeichnung ging an die am meisten ausgezeichnete Produktionsfirma Tool (USA), gefolgt von Epoch Films (USA) am zweiten Platz und Stink (GB) am dritten Platz.

Ogilvy & Mather sicherte sich den **Network of the Year Award**, vor BBDO am zweiten Platz, gefolgt von Young & Rubicam.

Holding Company of the Year wurde WPP, Zweitplatzierte Omnicom und Dritter Interpublic.

Young Lions Film

Beim Bewerb für den Kreativnachwuchs in der Kategorie Film sicherten sich **Gautier Fage** und **Julien Bon** von Romance aus Frankreich die Goldmedaille, gefolgt von **Rodrigo Del Oso Cortés** und **Rodolfo David Lopéz Farfán** von Publicis Mexiko am zweiten Platz und **Anton Paananen** und **Julius Greis** von Bob the Robot aus Finnland am dritten Platz.

41 Teams erhielten die Aufgabe von den United Nations (UN) einen Film zu machen, der die Einstellung gegenüber Flüchtlingen positiv ändern soll.

Highlights der Woche finden sich online auf <http://www.youtube.com/user/canneslions>, weitere Informationen sowie detaillierte Infos zu den Siegern auf <http://www.canneslions.com> und alle Sieger-Arbeiten auf www.canneslionsarchive.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](http://www.leisure.at). (Schluss)