

eurobest: HEINEKEN wird Advertiser of the Year 2016

ID: LCG16414 | 21.10.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

HEINEKEN erhält für seine außergewöhnliche, kreative Performance des vergangenen Jahres den heiß umkämpften Titel "Advertiser of the Year". Alleine beim European Festival of Creativity sicherte sich der niederländische Bierproduzent seit 2008 37 Awards, darunter 3 Grands Prix.

Wien/ Rom (LCG) – Jährlich wird der Titel des „Advertiser of the Year“ für herausragende, innovative Marketingperformances, die sich zum Wettbewerb abheben, an Unternehmen und ihre Agenturen vergeben. Mit der diesjährigen Auszeichnung setzt HEINEKEN seinen Siegeszug fort. Beim Cannes Lions International Festival of Creativity diesen Sommer konnte sich die Biermarke 40 Löwen-Trophäen sowie einen Grand Prix in der Kategorie Creative Effectiveness sichern. Den Titel „Creative Marketer of the Year“ holte sich HEINEKEN auch schon 2015 beim Cannes Lions International Festival of Creativity.

Die Jury und die Festivaldirektorin **Louise Benson** sind überzeugt: "Das Unternehmen implementiert Kreativität in allen Geschäftsbereichen, arbeitet an Innovationen und experimentiert, um die Performance kontinuierlich zu verbessern. Das spiegelt exakt wider, wofür eurobest steht."

Ian Wilson, Senior Director Global, zeichnet für Digital und Marketing Development bei HEINEKEN verantwortlich. Im Zuge seines Vortrags im Rahmen des eurobest Festivals 2016, wird Wilson HEINEKEN's Vision über „Mobile“ präsentieren und die Herausforderungen im mobilen Zeitalter diskutieren. Das European

Festival of Creativity findet von 30. November bis 2. Dezember 2016 in Rom, Italien, statt. Alle Informationen zu Programm und Tickets online auf www.eurobest.com.

Über eurobest – The European Festival of Creativity

Das europäische Festival der Kreativität wurde 1988 ins Leben gerufen. Seither ist es Europas führende Award-Verleihung für kreative Exzellenz in den Kategorien Creative Data, Creative Effectiveness, Design, Digital Craft, Direct, Entertainment, Film, Film Craft, Healthcare, Innovation, Integrated, Interactive, Media, Mobile, Outdoor, PR, Print & Publishing, Print and Outdoor Craft, Promo & Activation, Radio. Seit 2008 sind die Awards, die alljährlich an Europas Top-Kreative verliehen werden, ein Teil des Festivals, das sich rund um spezifische Themen der Creative Industries am europäischen Markt dreht.

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 Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF TVthek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing und Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Musikverlag sowie ein eigenes 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-Werbeahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung der ORF-Enterprise setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen, Administration, Musik- und Contentverwertung, Programmservice) 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](http://contentsales.ORF.at) und [http:// musikverlag.ORF.at](http://musikverlag.ORF.at) .