

Cannes Lions 2017: Schärfere Ergebnisse durch Verkleinerung der Jurys

ID: LCG16452 | 24.11.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Im kommenden Jahr wird die Größe der Jurys des Cannes Lions Festivals um 92 Mitglieder reduziert, um die Qualität im Jurierungsprozess zu steigern.

Wien/ Cannes (LCG) – Umfasste das gesamte Jury-Panel heuer noch insgesamt 387 Mitglieder, so reduziert Cannes Lions die Größe der Jury-Panels im nächsten Jahr um ganze 92 Mitglieder. Mit der Verkleinerung der Jury-Teams möchte Cannes Lions die Qualität während des Beurteilungsprozesses schärfen und auch für die Zukunft sicherstellen.

„Um die Integrität der Löwen zu wahren, müssen die richtigen Personen gemeinsam in einem Jury-Raum versammelt werden“, so **Jose Papa**, Festivaldirektor von Cannes Lions. „Einige Jurys waren in der Vergangenheit um einiges größer als andere, was an der Anzahl der Einreichungen lag, die sie beurteilen mussten.“ Als Maßstab für die ideale Jury-Größe orientierte sich Cannes Lions an der Titanium-Jury, die sich aus „zehn hoch qualifizierten Mitgliedern“ zusammensetzt. Weiters begründet Papa: „Nach umfangreichen Gesprächen mit ehemaligen Juroren und Branchenexperten haben wir entschieden, die Zahl der Jurymitglieder zu reduzieren und dabei trotzdem genügend Zeit für die Beurteilung der Arbeiten zu gewährleisten.“

John Hegarty , Jury-Präsident der Kategorie Titanium 2016 und Gründer von Bartle Bogle Hegarty, ergänzend: „Ich würde es bevorzugen von weniger Juroren beurteilt zu werden, die jedoch fokussierter, verantwortungsbewusster und qualifizierter entscheiden. Die gemeinsame Verantwortung sowie die Qualität der Diskussion gehen verloren, wenn es zu viele ‚Richter‘ gibt. Die Größe alleine ist keine Garantie für Qualität.“

Auch **Oliver Böhm** begrüßt die Entscheidung des Festivaldirektors: „Der Standard und die Qualität der Jurys ist ein wesentlicher Faktor, der das Cannes Lions Festival so erfolgreich macht und zu einem Maßstab, an dem sich die internationale Kommunikations- und Werbebranche orientiert. Ich denke, die Neuerungen sind wesentlich, um den Wert des ‚Löwen‘ aufrecht zu erhalten.“

Das nächste Cannes Lions International Festival of Creativity findet von 17. bis 24. Juni 2017 in Cannes, Frankreich, statt.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsaward, das 1954 gegründet wurde, werden jährlich rund 43.000 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 Creative Data, Creative Effectiveness, Cyber, Design, Digital Craft, Direct, Film, Film Craft, Glass: The Lion for Change, Health & Wellness, Innovation, Entertainment, Media, Mobile, Music, Outdoor, Pharma, PR, Print & Publishing, Product Design, Promo & Activation, Radio, Titanium und Integrated vergeben. Zudem umfasst das Festival auch die Special Interest Events Lions

Health, Lions Innovation und Lions Entertainment. Über 15.000 Teilnehmer aus rund 100 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 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> und <http://musikverlag.ORF.at>.

