

Sieben weitere Shortlist-Platzierungen beim eurobest Festival für Österreichische Kreativleistungen und Auftraggeber

ID: LCG16462 | 01.12.2016 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Jung von Matt kommt mit der „Inferno“-Kampagne für die Zeitschrift Falter dreimal auf die Shortlist in der Kategorie „Digital Craft“. Serviceplan sichert sich einen Platz mit der Kampagne für den Ötztal Tourismus in der Kategorie „Mobile“ und Hansaton Austria drei Plätze in der Kategorie „Healthcare“. Allerdings stammen die Einreichungen nicht aus Österreich.

Wien/ Rom (LCG) – Ansich erfreuliche Nachrichten hätte die ORF-Enterprise vom zweiten Tag des eurobest Festival of European Creativity, das derzeit in Rom stattfindet, zu berichten. Nach dem fulminanten Auftakt mit drei Shortlist-Platzierungen gestern, kommen heute weitere sieben hinzu. Jedoch gibt es einen Wermutstropfen: Die Kampagnen wurden nicht von den österreichischen Agenturen, sondern von den deutschen Headquarters der Agenturen eingereicht und zählen im Länderranking somit nicht für Österreich. Nach einreichenden Ländern betrachtet, bleibt es somit vorläufig bei drei Shortlistplatzierungen für Österreich, da die Zurechnung immer nach der einreichenden Agentur erfolgt.

Österreichische Leistung punktet im europäischen Wettbewerb

Die Kampagne „Inferno“ für die Zeitschrift Falter wurde bereits in Cannes mit vier goldenen und zwei silbernen Löwen ausgezeichnet. Nach zwei Shortlist-Plätzen in der Kategorie „Design“ kann sich die Agenturgruppe Jung von Matt nun über drei weitere Nominierungen in der Kategorie „Digital Craft“ und somit über insgesamt fünf Shortlist-Platzierungen in Rom freuen. Die Umsetzung der Kampagne erfolge durch die Wiener Agentur Jung von

Matt/ Donau, die Einreichung jedoch durch die Hamburger Agenturzentrale.

Ähnlich verhält es sich bei der bereits mehrfach ausgezeichneten Kampagne „Save Me – The Ski Pass That Saves Lives“ von Serviceplan Austria für den Ötztal Tourismus, die durch Serviceplan München eingereicht wurde. Nach drei Shortlist-Platzierungen gestern, kommt heute eine weitere in der Kategorie „Mobile“ dazu – macht insgesamt vier Shortlist-Platzierungen aus.

Der österreichische Auftraggeber Hansaton Austria holt sich mit der Kampagne „Sound Memories“ heute gleich drei „Healthcare“-Shortlist-Plätze. Umsetzung und Einreichung erfolgten durch die Agentur Freundliche Grüße Zürich aus der Schweiz.

Die aktuellen österreichischen Shortlist-Plätze sind: Demner, Merlicek & Bergmann mit „The BMW Animal Detecting Billboards“ für das BMW Night Vision System von BMW und Young & Rubicam Vienna mit der Kampagne „Boxing“ für den Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser.

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. Weitere Informationen auf [http:// www.eurobest.com](http://www.eurobest.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-Werbebahn 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>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)

