

Die kreativen Jungl wen bei  nen zu  €“ BILD

ID: LCG17120 | 20.04.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Donnerstagabend wurden im Rahmen der CCA Awardshow des Creativ Club Austria im Wiener MAK die Sieger in den Kreativkategorien der Young Lions Competition Austria in Zusammenarbeit mit der ORF-Enterprise als offizieller Festivalrepr sentanz ausgezeichnet.

Bilder zur Meldung auf http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/younglions_2017/cca

Wien (LCG) – Vier Zweier-Teams haben ihr Ticket zum wichtigsten Kreativfestival der Welt bereits in der Tasche und können sich im Rahmen der internationalen Young Lions Competition beim Cannes Lions International Festival of Creativity von 17. bis 24. Juni 2017 an der Côte d’Azur mit den besten Nachwuchstalenten der Welt messen. Bereits zum zweiten Mal wurde die Young Lions Competition Austria in Zusammenarbeit mit dem CCA – Creativ Club Austria ausgetragen, der die kreativsten jungen Köpfe in den Kategorien Cyber, Design, Film und Print prämiert. Die Sieger der diesjährigen Competition wurden Donnerstagabend im Rahmen der glanzvollen CCA Awardshow im Wiener Museum für Angewandte Kunst (MAK) vorgestellt und auf der großen Bühne gefeiert, auf der die besten Kreativ-Kampagnen des Landes ausgezeichnet werden.

„Die Medien des ORF stehen für einen kompromisslosen Qualitätsanspruch, der das optimale Umfeld für Werbeerfolge bietet. Als offizielle Festivalrepräsentanz des Cannes Lions International Festival of Creativity sind wir stolz darauf, der kreativen Qualität junger Talente gemeinsam mit dem CCA eine Bühne zu bieten und damit die Leistungen der österreichischen Kreativbranche zu fördern. Kreative Kampagnen mit Qualitätsanspruch finden bei der ORF-Enterprise den richtigen Partner, um Seherinnen und Seher, Userinnen und User, Leserinnen und Leser sowie Hörerinnen und Hörer zu erreichen“, gratuliert ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** .

Acht junge Talente packen ihre Koffer nach Cannes

CCA – Creativ Club Austria-Vorstand **Alexander Hofmann** zu den Preisträgern in den Kategorien Cyber, Design, Film und Print: „Die Qualität der Einreichungen gibt berechtigten Grund zur Hoffnung, das Österreich auch heuer wieder in Cannes punkten kann. Bereits letztes Jahr konnten sich **Patrick Pichler** und **Jonas Weber** in der Kategorie Print einen jungen Bronze-Löwen sichern. Die Young Lions Competition Austria ist ein positives Indiz, dass sich die heimische Branche keine Sorgen um den Nachwuchs machen muss!“

Cyber: Philipp Gärtner und Christoph Thim retten die Welt

In der Kategorie Cyber setzt sich das Duo **Philipp Gärtner** (Gaertner) und **Christoph Thim** (Humanbrand) mit der Arbeit #HANGRY durch. Darin thematisieren sie das globale Phänomen der Wutpolitiker, das sie auf deren permanentes Hungergefühl zurückführen, das sie hungry und angry macht. Mit nur einem Euro kann die Welt jedoch gerettet werden: Fast Food von McDonald's ist die Lösung, um die Welt zu retten. Dabei setzen die erfolgreichen

Junglöwen in der Digitalkampagne auf Facebook-Ads und Newsjacking-Aktionen, die das Publikum überraschen. Ein eigens konzipierter Chatbot hilft dabei, das eigene Hangryness-Level zu entdecken.

Design: Marion Fresacher und Magdalena Umkehrer machen Merchandising für Hirter Bier

Mit dem Merchandising-Konzept „Der einsame Hirte“ überzeugen **Marion Fresacher** und **Magdalena Umkehrer** von BAZZOKA Creative die Jury in der Kategorie Design. Dem Claim „Mein Abenteuer. Meine Leidenschaft.“ folgend, entwickeln sie praktische und ansprechende Outdoor-Begleiter für den besonderen Moment, in dem sich einsame Hirten gerne mit einem kühlen Bier belohnen. Als Begleiter für Abenteurer präsentieren sie unter anderem Blechdosen, eine Ukulele, ein Songbook mit Klassikern rund um das Lagerfeuer, einen Schlafsack, eine Axt, Wundpflaster oder das klassische Feitl.

Film: Maximilian Hammel und Teresa Pentzold landen am Mond

Für die Restaurant-Kette McDonald's inszenieren **Maximilian Hammel** (infamous.at) und **Teresa Pentzold** (Virtue) die Mondlandung neu. „Ein kleiner Schritt für Dich, aber ein riesiger Sprung für Deinen Big Mac“ zeigt die grenzenlosen Geschmackserlebnisse des individuell kombinierbaren „my burger“-Konzepts, bei dem alle Gourmets auf ihren Geschmack kommen.

Print: Leo Scheichenost und Jonas Weber trinken Alvorada-Kaffee

Nachdem sich **Jonas Weber** (freelance) bereits letztes Jahr einen Bronze-Löwen in der Kategorie Print bei der internationalen Young Lions Competition geholt hat, will er es heuer nochmal wissen. Gemeinsam mit **Leo Scheichenost** (HFA Studios) entwickelt er für die Traditionsmarke Alvorada-Kaffee eine aktivierende Printkampagne mit dem Claim „Der Schrei nach Kaffee“: Sie zeigt gähnende Menschen und illustriert den Zustand nach dem Kaffee. Die Mischung aus Fotografie und Illustration betont die Doppeldeutigkeit des

Claims – schließlich ist das Gähnen der lauteste Schrei nach Kaffee.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsaward werden jährlich rund 40.000 Beiträge aus der ganzen Welt eingereicht und von einer hochkarätig besetzten internationalen Jury beurteilt. Die Siegeragenturen werden mit dem begehrten Löwen ausgezeichnet, der globalen Benchmark für kreative Exzellenz, in den Kategorien Creative Effectiveness, Creative Data, Cyber, Design, Digital Craft, Direct, Entertainment, Entertainment for Music, Film, Film Craft, Glass: The Lion for Change, Health & Wellness, Innovation, Integrated, Media, Mobile, Outdoor, Pharma, PR, Print & Publishing, Product Design, Promo & Activation, Radio und Titanium. Über 15.000 Delegierte aus rund 95 Ländern nehmen eine Woche lang an dem aus Ausstellungen, Screenings und Gesprächen bestehenden Programm teil. Die 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-Werbehahn 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 Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at> . (Schluss)

