

Cannes Lions: Entertainment Lions, Entertainment Lions for Music, Media, Design und Product Design Lions Sieger -BILD

ID: LCG17246 | 22.06.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Cannes Lions prämiert die Sieger in den Kategorien Entertainment, Entertainment Lions for Music, Media, Design und Product Design. Sir Lucian Grainge wird Media Person of the Year und OMD Worldwide gewinnt Medianetwork of the Year-Award.

Bilder und Videos zu den Grands Prix Siegern auf [http://
presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2017/
grandsprix/4th_aws](http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2017/grandsprix/4th_aws)

Wien/ Cannes (LCG) – Im Rahmen der vierten Awardshow gestern Abend wurde die kreative Exzellenz in den Kategorien Entertainment, Entertainment Lions for Music, Media, Design und Product Design prämiert. MRM// McCann, Johannes Leonardo, CJ Worx, R/ GA New York und GREY Colombianahmen jeweils einen Grand Prix mit.

Design Lions

Die Kategorie Design zeichnet visuelle Handwerkskunst aus, die eine Marke oder Markenbotschaft maßgeblich definiert. Von 2.780 Einreichungen wurden 112 prämiert, davon 20 mit Gold, 33 mit Silber und 58 mit Bronze. Der Grand Prix, der zugleich der erste für Thailand ist, ging an „The Unusual Football Field“ von CJ Worx für AP Thailand. Jury-Präsidentin **Sandra Planeta**, Gründerin und Creative Director von Planeta Design, Schweden, sagte: "Das Design ist clever, smart, einfach, zielgerichtet und nützlich. Es ist so ansprechend, dass ich es sogar gerne selbst ausprobieren möchte."

Demner, Merliceck & Bergmann gewinnt mit „Signed by Bees“ für Darbo einen Silberlöwen.

Entertainment Lions

Die Entertainment Lions würdigen kreativen Content mit Kulturphänomen-Charakter. 78 von 1.793 Einreichungen erhielten einen Löwen: Zwölf Gold, 22 Silber und 43 Bronze. Der Grand Prix ging an „Beyond Money“ von MRM// McCann Spanien, Madrid, für Santander Bank. Jury-Präsident **PJ Pereira**, Mitbegründer & Chief Creative Officer Pereira & O'Dell, sagt, die Arbeit sei "ein perfektes Beispiel dafür, wie eine Marke ein Statement machen und gleichzeitig den Verbrauchern kostbare Zeit sparen kann."

Entertainment Lions for Music

Die Entertainment Lions for Music feiern kreative Musikkooperationen und originellen Musik-Content. 511 Einreichungen werden in dieser Kategorie gezählt, 33 wurden mit Löwentrophäen prämiert: fünf erhielten Gold, elf Silber und 16 Bronze. Der Grand Prix wurde an „Original is Never Finished“ von Johannes Leonardo, New York (USA), für adidas Originals vergeben. Jury-Präsident **Olivier Robert-Murphy**, Global Head of New Business der Universal Music Group, und seine Jury entschied sich für die Arbeit, die **Frank Sinatra's** Klassiker „My Way“ mit dem Sound einer jungen Generation von Künstlern neu inszeniert. Die Arbeit interpretiert gekonnt die Vergangenheit neu, um sie einer jungen Zielgruppe näher zu bringen und authentische Anknüpfungspunkte zu schaffen.

Media Lions

Die Media Lions feiern kreativen Content, der durch bahnbrechende Channel-Strategien vorangetrieben wird. Von 2.949 Einreichungen in der Kategorie Media gehen 95 als Sieger hervor. Vergeben wurden neun Gold-, 28 Silber- und 57 Bronze-Löwen. Der Grand Prix ging an „Innovating Saving“ von R/ GA New York für jet.com. **Mike Cooper**, Chief Executive Officer Worldwide bei PHD, führte die Jury an, die die Arbeit von einem ehemaligen Start-up-Retailer für seine außerordentlich nachhaltige Kommunikationsstrategie auszeichnete. Angetrieben von Preis- und Verbrauchsdaten, nutzten

sie Social Media und Search Insights, um die gleichen Werbeerfolge wie die der großen Marken zu erzielen.

Product Design Lions

Die Kategorie Product Design prämiert Kreativität die Form und Funktion verbindet. Gezählt werden 435 Einreichungen, von denen 22 von der Jury unter Jurypräsident **Andy Hood**, Head of Emerging Technologies, AKQA, mit Löwentrophäen ausgezeichnet wurden: Vier erhielten Gold, sechs Silber und elf Bronze. Die Jury unter **Ruth Berkthold**, JA Architektur, Deutschland, wählte „Payphone Bank“ von GREY Colombia, Bogotá, für TigoUNE zum Grand Prix-Sieger. Eine zielgerichtete, nützliche und vor allem weltverändernde Arbeit, die die Schnittstellen eines Münzfernsprechers in Mikrospar Konten verwandelte und dabei die kolumbianische Bevölkerung zu unterstützt.

Media Person of the Year

Sir **Lucian Grainge**, Chairman & Chief Executive Officer der Universal Music Group (UMG), wurde als Cannes Lions Media Person of the Year geehrt. Die Auszeichnung würdigt seine Leistungen, die die Zukunft der kreativen Kommunikation geprägt haben und auch heute noch eine einflussreiche Rolle in der heutigen Medienlandschaft einnehmen.

Medianetwork of the Year

Die Sieger in der Kategorie Medianetwork of the Year stehen ebenfalls fest: Den ersten Platz belegt OMD Worldwide, den zweiten Platz Mediacom und Drittplatzierter ist Starcom.

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-Werbemahn 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)