

Cannes Lions: Digital Craft, Film Craft, Radio und Creative Effectiveness Sieger â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG17252 | 24.06.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Cannes Lions prämiert die Sieger in den Kategorien Digital Craft, Film Craft, Radio und Creative Effectiveness. Grands Prix verteilen sich auf drei Kontinente. Radio-Kampagne für Ikea Austria erhält Silberlwen.

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

Wien/ Cannes (LCG) – Im Rahmen der fünften Awardshow gestern Abend wurde kreative Exzellenz in den Kategorien Digital Craft, Film Craft, Radio und Creative Effectiveness prämiert. Leo Burnett Chicago, Analog Studio gemeinsam mit W&N Studio aus London, Ogily & Mather Johannesburg und Iconoclast aus Kalifornien nahmen jeweils einen Grand Prix mit.

Creative Effectiveness

Der Creative Effectiveness Lion ist der einzige Award weltweit, der die Verbindung zwischen exzellenter Kreativität und Performance würdigt. Von 172 Einreichungen wurden 21 prämiert, davon fünf mit Gold, sieben mit Silber und acht mit Bronze. Der Grand Prix ging an „Van Gogh’s Bedrooms: Let Yourself In“ von Leo Burnett Chicago (USA) für das Art Institute of Chicago. Jury-Präsident, **Jonathan Mildenhall**, Chief Marketing Officer bei Airbnb, und sein Team entschieden sich für die Arbeit, deren Kreativkonzept dem Kulturinstitut eine neue Relevanz bei jüngeren Zielgruppen verleiht.

Digital Craft

Die Digital Craft Lions feiern die Kunst im Umgang mit Technologie – Form und Funktion im digitalen Kontext stehen hier im Fokus. 37 von 924 Einreichungen erhielten einen Löwen: Sechs Gold, elf Silber und 19 Bronze. Den Grand Prix sicherte sich „Real-Time Virtual Reality Experience for Björk's Notget VR“ von Analog Studio und W&N Studio aus London (GB) für Björk. Jury-Präsident, **Henry Cowling**, Creative Director bei UNIT9 (UK): „Die Arbeit kombiniert alle Facetten digitaler Handwerkskunst auf höchstem Niveau und setzt neue Maßstäbe durch meisterhaftes Storytelling und Experience Design.“

Radio

1.483 Einreichungen werden in der Kategorie Radio gezählt, 63 wurden mit Löwentrophäen prämiert: Sieben erhielten Gold, 22 Silber und 33 Bronze. Den Grand Prix vergab die Jury unter Präsident **Mario D'Andrea**, President & Chief Creative Officer, Dentsu, Brasilien, an „Repeat the Punchline“, „Long Red Thin Shape“ und „No One Cheerses“ von Ogily & Mather Johannesburg für KFC.

Ikea Austria sichert sich gemeinsam mit der Hamburger Agentur GGH MULLENLOWE für die Radio-Kampagne „Documents“ einen Silberlöwen.

Film Craft

Von 2.490 Einreichungen in der Kategorie Film Craft, die die Kunst des Filmemachens auszeichnet, gehen 103 als Sieger hervor. Vergeben wurden 17 Gold-, 33 Silber- und 52 Bronze-Löwen. Der Grand Prix ging an „The Blaze – Territory“ von Iconoclast aus Culver City in Kalifornien (USA) für den Musiker The Blaze. Jury-Präsident **Robert Galluzzo**, Founder und Executive Producer bei FINCH, Australien, sagt, die Arbeit sei mehr als nur ein Preisträger, es ist „ein Geschenk für das Festivalpublikum“ und fügt hinzu: „Es ist ein atemberaubendes Beispiel dafür, wie Verletzlichkeit und Poesie am Bildschirm aussehen können. Der Cast ist berührend, die Cinematografie ist emotionalisierend und der Schnitt ist ausgezeichnet.“

Cyber Young Lions

Im Zuge der Awardshow wurden auch die Young Lions in der Kategorie Cyber die Medaillen verliehen:

Gold ging an **Michael Phillips** und **Scott Kooken** von Youngdogs aus den Niederlanden. Silber erhielten **Casper Mandrup** und **Fie Lyster** von Zenith aus Dänemark. **Martina Gonzalez Calderon** und **Matias Paglieri** von Wunderman Buenos Aires, Argentinien, wurden mit Bronze prämiert.

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. 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 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-Werbehahn 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://enterprise.ORF.at) , [http:// contentsales.ORF.at](http://contentsales.ORF.at) und [http:// musikverlag.ORF.at](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)

