

Von den Besten lernen: Das Cannes Lions Archiv â€“ BILD

ID: LCG18025 | 24.01.2018 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

Als offizielle Festivalreprantanz in Österreich ermöglicht die ORF-Enterprise den ermäßigten Zugang zum umfangreichen digitalen Nachschlagewerk der globalen Kommunikationsbranche. Mit der Neuausrichtung des Festivals wird das Archiv sukzessive ausgebaut, damit eine breitere Öffentlichkeit von den Besten der Branche lernen kann. Das Archiv beinhaltet ausgezeichnete Kampagnen und gibt einen Überblick über kreative Exzellenz auf der ganzen Welt. Damit ist es die optimale Vorbereitung auf Einreichungen zum wichtigsten Kommunikationsfestival der Welt.

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/cannes2018/archive>

Wien (LCG) – Seit der Digitalisierung im Jahr 2001 ist das Cannes Lions Archiv auf mehr als 300.000 Arbeiten und Kampagnen angewachsen und bietet einen einzigartigen Überblick über Trends und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche. Zudem gibt es über 700 Stunden Video-Material von hochkarätig besetzten Seminaren und Diskussionen mit weltweit renommierten Top-Speakern, die einen Blick über den Tellerrand ermöglichen.

„Die Anwendungsmöglichkeiten sind nahezu unbegrenzt. Das Cannes Lions Archiv ist ein nahezu unerschöpflicher Quell der Inspiration, die perfekte Vorbereitung auf die eigene Einreichung zum Festival, ein Tool zum Verständnis der Marktteilnehmer, ein Impulsgeber für die eigenen Teams und ein starker Indikator für weltweite Trends. Auch bei Pitches kann ein Blick auf die Best Cases durchaus frische Ideen fördern. In jeder Form, kann man von den Besten der Welt lernen“, sagt ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** als offizieller Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity.

Bereits seit 18. Jänner 2018 sind Einreichungen zum 65. Cannes Lions International Festival of Creativity möglich. Als offizielle Festivalrepräsentanz unterstützt und berät die ORF-Enterprise interessierte Agenturen gerne bei ihren Einreichungen.

Neue Preisstruktur und Frühbucher-Rabatt von der ORF-Enterprise

Im Zuge der Neuausrichtung des Cannes Lions International Festival of Creativity wurde auch die Preisstruktur für das ständig wachsende Archiv überarbeitet. Das Jahres-Abonnement für bis zu drei User kostet 3.500 Euro, für bis zu fünf User 5.895 Euro und für zehn User 11.395 Euro.

Als offizielle Festivalrepräsentanz ermöglicht die ORF-Enterprise Interessenten einen zehnprozentigen Frühbucherrabatt auf das Cannes Lions Archiv. Um in den Genuss der Ermäßigung zu kommen, können sich Interessierte an Lorenz Schmidl, ORF-Enterprise, per E-Mail an lorenz.schmidl@orf.at wenden.

Weitere Informationen zum Cannes Lions Archiv auf <http://www.canneslionsarchive.com>.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Beim wichtigsten Werbe- und Kommunikationsfestival, das 1954 gegründet wurde, werden jährlich rund 40.000 Beiträge aus der ganzen Welt eingereicht und von einer hochkarätig besetzten internationalen Jury beurteilt. Die Siegeragenturen werden mit den begehrten Löwen, der globalen Benchmark für kreative Exzellenz, in neun Award-Tracks („Reach“, „Comms“, „Craft“, „Experience“, „Innovation“, „Impact“, „Good“, „Entertainment“ und „Health“) ausgezeichnet. Rund 15.000 Delegierte aus rund 100 Ländern besuchen das fünftägige Festival an der Côte d'Azur, um sich bei Ausstellungen, Vorträgen, Diskussionen, Award-Shows und Networking-Events inspirieren zu lassen und international auszutauschen. Das Cannes Lions International Festival of Creativity wird ebenso wie das eurobest Festival of European Creativity, das Dubai Lynx Festival und das Spikes Asia Festival of Creativity von Ascential Events veranstaltet. In Österreich ist die ORF-Enterprise die offizielle Repräsentanz des Cannes Lions International Festival of Creativity. 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 Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at> . (Schluss)

