

Katharina Fröhlich und Maximilian Boyer entscheiden Media-Kategorie der Young Lions Competition Austria 2018 für sich

ID: LCG18127 | 16.04.2018 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Österreich | Medieninformation

Team der Initiative Media siegt beim Nachwuchsbewerb, den die ORF-Enterprise als offizielle Repräsentanz des Cannes Lions International Festival of Creativity veranstaltet. Insgesamt 13 Teams traten mit Konzepten für die Generation Y an.

Wien (LCG) – Bereits seit 1996 ist die ORF-Enterprise die offizielle Repräsentanz des wichtigsten Kommunikationsfestivals und trägt in dieser Funktion auch die nationale Vorentscheidung für die Young Lions Competition Austria 2018 in der Kategorie „Media“ aus, bei der sich die besten Nachwuchstalente der heimischen Kommunikationsbranche für ein Ticket nach Cannes qualifizieren können. In der Media-Kategorie waren die jungen Löwinnen und Löwen diesmal gefordert, eine B2B-Awarenesskampagne für die Millennials-Zielgruppe zu entwickeln. Im Vordergrund des zu entwickelnden Konzepts stand die Positionierung der ORF-Enterprise als Vermarkter und die Hervorhebung der qualitativen Vorteile der ORF-Medien. Mit der Kampagne sollen junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Mediaagenturen und bei Auftraggebern angesprochen werden und ein emotionales Beziehungsgeflecht mit diesen aufgebaut werden.

Aus insgesamt 13 Teams setzten sich **Katharina Fröhlich** und **Maximilian Boyer** von der IPG Mediabrands-Agentur Initiative mit einem Konzept für eine interaktive Eventreihe durch, die auf spielerische Art die ORF-Medien in den Mittelpunkt stellt und durch die Inszenierung der ORF-Stars erlebbar macht. Die „ORF YOUNG CHAMPIONS“ präsentieren das attraktive Portfolio der ORF-Enterprise in spezifisch auf Agenturen zugeschnittenen Formaten. Abwandlungen von „Willkommen Österreich“, „Allein gegen Kratky“

oder „FM4 Song Challenge“ dienen als packende Umfelder, die die ORF-Medien erlebbar machen.

„Wir freuen uns sehr über die rege Teilnahme aus nahezu allen Mediaagenturen. Die Konzepte waren durchwegs beeindruckend, am Punkt und detailliert durchdacht. Dadurch gab es ein Kopf-an-Kopf-Rennen und die Entscheidung fiel der Jury nicht leicht. Die Idee der ‚ORF YOUNG CHAMPIONS‘ mit ihrem Gamification-Ansatz vom Team der Initiative hat die Jury letztlich überzeugt. Wir wünschen den Beiden viel Erfolg bei der internationalen Young Lions Competition in Cannes“, kommentiert **Kathrin Feher**, Head of B2B-Communications, die Competition.

Fröhlich und Boyer werden Österreich bei der internationalen Young Lions Competition im Rahmen des 65. Cannes Lions International Festival of Creativity vertreten, das heuer mit zahlreichen Neuerungen von 18. bis 22. Juni 2018 an der Côte d’Azur stattfinden wird.

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](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 (Ö1, Ö3, 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-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-Top Spot, ORF-Werbebahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen und Administration, Musik-und Contentverwertung) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige 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 auf [https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)

