

## Eurobest 2018: Die größten Sieger und wertvolle Insights

ID: LCG18506 | 20.12.2018 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

**Publicis Worldwide, PHD Worldwide, Rothco Accenture Interactive, Blinkink und TRY Oslo sichern sich die begehrten Special Awards. Kaitlyn Chang berichtet über ihre Jury-Tätigkeit.**

Wien/ London (LCG) – Die Auszeit vom analogen Festivalformat hat seine Vorzüge: Im Rahmen des neuen digitalen Live-Stream-Formats „Eurobest Unwrapped“ konnten Interessierte am Donnerstag, den 13. Dezember 2018, die Verleihung der Grands Prix und Special Awards live und von überall mitverfolgen. Neben der Verkündung der diesjährigen Preisträger fand der Launch des „European Creativity Reports“ statt. Der Report liefert detaillierte Analysen der Siegerarbeiten, europaweite Rankings und für die Kreativbranche wertvolle Learnings zu Trendthemen:

- **Truth-Telling:** „Das Unsichtbare sichtbar machen“
- **Mode:** „Luxus bricht mit glanzvollen Traditionen“
- **Kunst:** „Klassiker werden neu belebt“
- **Produkte:** „Storytelling und Problemlösung“
- **Channel Hacking:** „Innovative Manipulation des Kampagnen-Mediums“

„‘Eurobest Unwrapped‘ und der ‚European Creativity Report‘ sind der Zeit angemessene digitale Formate, die wichtige Branchen-Insights für Alle zugänglich machen. Leider gab es für Österreich heuer keine Auszeichnungen. Wir hoffen daher im kommenden Jahr wieder mehr heimische Einreichungen zählen zu können, damit sich die Chancen auf Awards erhöhen“, so ORF-Enterprise CEO und Festivalrepräsentant **Oliver Böhm** .

**Die Special Award-Preisträger und großen Sieger 2018**

Nach drei Jahren konstant auf dem ersten Platz muss **BBDO Worldwide** den Titel als „Network of the Year“ an **Publicis Worldwide** abtreten. **PHD Worldwide** wird „Media Network of the Year“; **Rothco Accenture Interactive** (Irland) sichert sich den Titel „Eurobest Agency of the Year“; **Blinkink** (UK) gewinnt den Special-Award „2018 Eurobest Golden Palm“ und **TRY Oslo** wird „Independent Agency of the Year“.

Gleich mehrere Grands Prix gingen an folgende Kampagnen:

- „Black Supermarket“ für Carrefour von **Marcel**, Paris, erhielt den Grand Prix in der Kategorie „Brand Experience & Activation“ sowie in „Healthcare“.
- **Rothco Accenture Interactive**, Dublin, sicherte sich gleich drei Grands Prix in den Kategorien „Creative Data“, „Digital Craft“ und „Radio & Audio“ für „The Times/ News UK & Ireland“ mit „JFK Unsilenced“.
- „La Forêt -Bet on a Murderer“ von **Publicis Conseil**, Paris, für den französischen TV-Sender „France 3“ erhielt den „Direct“-Grand Prix und den „Entertainment“-Grand Prix.
- Der „Glass -The Award for Change“-Grand Prix sowie der Grand Prix der Kategorie „Integrated“ gingen an „#BloodNormal“ von **Ketchum**, London, für Libresse/ Bodyform (Essity).
- **DDB Düsseldorf** sicherte sich die Grands Prix der Kategorien „Print & Outdoor Craft“ und „Print & Publishing“ mit „The Remarkable Edith“, „The Remarkable Katherine“ und „The Remarkable Lise“ für Stabilo International GMBH.

Der Live-Stream zu „Eurobest Unwrapped“ sowie der „European Creativity Report“ mit allen Grands Prix-Preisträgern finden sich online auf [https:// www.eurobest.com](https://www.eurobest.com).

## Jurorin Kaitlyn Chang resümiert ihre Jurytätigkeit beim Eurobest 2018

Auf Einladung der ORF-Enterprise jurierte **Kaitlyn WonJung Chang** von Kobza and the Hungry Eyes – KTHE in den Kategorien „Innovation“ und „Creative Data“ beim Eurobest 2018.

„Einige der von uns ausgezeichneten Arbeiten waren wirklich umwerfend. Vor allem, weil sie den zentralen Aspekt der ‚Nachhaltigkeit von Kreativität und Ideen‘ behandelten – Ideen, die tatsächlich langfristige Wirkung erzielen, anstatt nur ein einmaliges Gimmick zu sein“, so Chang.

Über ihr Jury-Tätigkeit berichtet sie: „Als regionale Tochterveranstaltung der Cannes Lions spürt man beim Eurobest das ausgeprägte Bewusstsein für Diversität und Internationalität. Die erste Frage, die jedem Jury-Komitee vor Beginn des Diskussionsprozesses über eine Arbeit gestellt wurde, lautete, ob sich eine der Jurymitglieder bei irgendeiner Arbeit unwohl fühlte, sei es in Bezug auf Sexismus oder Rassismus. Wenn ja, wurde die Arbeit ausführlich diskutiert und von den Auszeichnungen ausgenommen, falls die Jury dies als problematisch empfand“, erzählt Chang und kommentiert: “Im Zeitalter von Social Media können wir ‚lokale Unwissenheit‘ nicht mehr als Vorwand vortäuschen, um gegenüber anderen Kulturen und unterschiedlichen Denkweisen unsensibel zu sein. Ich denke, diese internationale Einstellung wäre eines der wichtigsten Dinge, die bei zukünftigen Cannes Lions-Einreichungen zu berücksichtigen sind.“

Weitere Informationen über Kaitlyn Chang finden sich in der [Presseaussendung](#) vom 25. Oktober 2018.

## Über das eurobest Festival of European Creativity

Das eurobest Festival wurde 1988 ins Leben gerufen und gilt als führender Wettbewerb für kreative Exzellenz in Europa. Die Awards werden in den 21 Kategorien Creative Data, Creative Effectiveness, Design, Digital Craft, Direct, Entertainment, Film, Film Craft, Glass: The Award for Change, Healthcare, Innovation, Integrated, Interactive, Media, Mobile, Outdoor, PR, Print & Publishing, Print & Outdoor Craft, Promo & Activation sowie Radio & Audio verliehen. Seit 2008 sind die Awards, die alljährlich von Europas Top-Kreativen juriert werden, ein Teil des Festivals, das sich rund um spezifische Themen der Creative Industries am europäischen Markt dreht. Nach Stationen in Stockholm, Amsterdam, Hamburg, Lissabon, Helsinki, Antwerpen und Rom, findet das eurobest Festival 2017 in London statt. eurobest ist Teil des globalen B2B-Medienunternehmens Ascential plc, das die Geschäftswelt durch

marktführende Messen, Festivals und Informations-Services in 150 Ländern informiert und vernetzt. Weitere Informationen auf [https:// www.eurobest.com](https://www.eurobest.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 Fernsehsender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, 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-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-WERBEHAHN 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 [https:// enterprise.ORF.at](https://enterprise.ORF.at) , [https:// contentsales.ORF.at](https://contentsales.ORF.at) und [https:// musikverlag.ORF.at](https://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)

