

Cannes-Löwen werden mit Insider-Tipps der ORF-Enterprise zum Greifen nah â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG19034 | 08.02.2019 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

**L wenstarke Insider-Tipps der  sterreichischen
Festivalreprsentanz ORF-Enterprise erhöhen die Chancen auf die
begehrten L wentrophen .**

Video zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © ORF-Enterprise

Wien (LCG) – Kürzlich fiel der Startschuss für die Einreichungen zum diesjährigen Cannes Lions International Festival of Creativity. Mit wertvollen Insidertipps impraktischen Videoformat macht die ORF-Enterprise Agenturen die Einreichung heuer noch einfacher und verrät, wie die Chancen auf die begehrten Löwen steigen.

„Gewusst wie: Wir haben erfolgreichen L wenjgern zugehört und die acht besten Tipps für eine l wenstarke Einreichung in Cannes in ein fünfminütiges Video verpackt. Mit diesem Experten-Know-how hat die heimische Kreativbranche einen Wissensvorsprung im internationalen Rennen um die hochkarätige Auszeichnung! Wie immer gilt: Nur wer einreicht, kann auch gewinnen“, so ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** .

Einreichen wird mit der ORF-Enterprise l wenleicht

In einem rund fünfminütigen Video verpackt die ORF-Enterprise acht l wenstarke Tipps, die bei Einreichungen oft vergessen oder gar nicht erst bedacht werden. Das Geheimnis zum Erfolg liegt nicht nur

in der kreativen Exzellenz, sondern auch in der richtigen Einreichung. Genauigkeit bei der Einhaltung der Einreichkriterien ist ebenso wichtig, wie die richtige Wahl der Kategorie. Weniger überlaufene Kategorien bedeuten weniger Konkurrenz und bieten somit bessere Löwenchancen.

Mit Herz punkten und Ehrlichkeit überzeugen

Wer die Herzen der internationale Expertenjury erobern möchte, setzt auf emotionale Case-Videos. Maximal zwei Minuten lang und in englischer Sprache, das erspart der Jury Zeit und verschafft einen raschen Überblick. Der Erfolg der Idee sollte dagegen durch Zahlen belegt werden. Dabei raten die Festival-Profis der ORF-Enterprise zu Vergleichen, die den Erfolg der Arbeit beispielsweise in Relation zur Einwohnerzahl setzen. So wird aus zwei Millionen erreichten Usern ganz schnell ein beeindruckendes Viertel der österreichischen Bevölkerung. Am Boden der Tatsachen sollten Einreicher jedoch bleiben, wenn es um konkrete Zahlen geht. Im transparenten Digitalzeitalter sind Views und Likes sehr schnell von jedem Smartphone aus zu überprüfen. Ein absolutes Tabu sind sexistisch oder rassistisch konnotierte Einreichungen.

Weitere Informationen zum Einreichprozess liefert das „Entry Kit“ von Cannes Lions. Bleiben Fragen offen, gibt es auf Anfrage einen „Track-Ambassador“, der Agenturen beratend zur Seite steht. Insgesamt kann in 27 Löwen-Kategorien, die in neun Tracks gegliedert sind, eingereicht werden.

Die Einreichfrist für das 66. Cannes Lions International Festival of Creativity endet am 18. April 2019. Informationen zu den Fristen und Gebühren sowie Details zu den einzelnen Kategorien finden sich online auf <https://www.canneslions.com/support/awards-support>.

Über das Cannes Lions International Festival of Creativity

Bei dem 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 Gewinner werden mit den begehrten Löwen, der globalen Benchmark für kreative Exzellenz, in neun Award-Tracks (Communication, Craft, Entertainment, Experience, Good, Health, Impact, innovation und Reach) ausgezeichnet. Rund 15.000 Delegierte aus rund 100 Ländern besuchen das 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 bereits seit 1996 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 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)