

Cannes Lions lanciert neuen Special-Award â€“ BILD

ID: LCG19149 | 07.05.2019 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Wirtschaft Ausland | Medieninformation

„Creative Brand of the Year“-Award feiert die Leistung von Kreativteams, die die Brand Performance vorantreiben.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Cannes Lions
International Festival of Creativity

Cannes (LCG) – Marken, die Kreativität erfolgreich als Business-Treiber einsetzen, werden künftig mit dem Special-Award „Creative Brand of the Year“ ausgezeichnet werden. Für die Wertung im Hinblick auf einen Special-Award werden alle gesammelten Punkte aller der im Rahmen des Cannes Lions Festivals erfolgreichen Einreichungen – Siegerarbeiten sowie Shortlist-Platzierungen – herangezogen.

Markenbildung und Markenführung müssen sich je nach Markt entsprechend unterscheiden und anpassen, was kreative Risiken mit sich bringt. Aus diesem Grund soll die Auszeichnung „Creative Brand of the Year“ den Mut und das vorausschauende Denken für die erfolgreiche, kreative Zusammenarbeit von Marken und ihren Agenturen, die das Geschäft vorantreiben, künftig würdigen.

Punktevergabe und Richtlinien

Shortlistplatzierungen sowie prämierte Einreichungen erhalten Punkte wie folgt:

- 35 Punkte für einen Grand Prix in Titanium und Creative Effectiveness
- 30 Punkte für alle anderen Grands Prix, inklusive dem Grand Prix for Good
- 30 Punkte für einen Titanium Lion
- 15 Punkte für einen Gold Lion
- 7 Punkte für einen Silver Lion
- 3 Punkte für einen Bronze Lion
- 1 Punkt für einen Shortlist-Platzierung

Multi-Brand-Unternehmen, deren Produkt- und Dienstleistungssortiment unter mehr als einer Marke vermarktet wird, sind nicht für den neuen Special Award zugelassen. Diese Unternehmen können sich jedoch für den „Creative Marketer of the Year“ Award qualifizieren.

Der erste „Creative Brand of the Year“ Award wird im Rahmen der finalen Awardshow des Cannes Lions International Festival of Creativity am Freitag, dem 21. Juni 2019, vergeben werden. Weitere Informationen auf <https://www.canneslions.com/enter/awards> oder via E-Mail an awards@canneslions.com.

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 1, 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)

