

## Call for Speakers für das Cannes Lions Festival 2020 â€“ BILD

ID: LCG19453 | 03.12.2019 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

**Cannes Lions sucht die auÃergewÃhnlichsten Speaker fÃ¼r das Festival im Juni 2020. Interessierte kÃ¶nnen sich in acht Themenbereichen bewerben. Einreichfrist endet am 10. JÃ¤nner 2020.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © ORF-Enterprise/  
Cannes Lions

Wien/ Cannes (LCG) – The stage is yours! Cannes Lions sucht Experten aus verschiedenen kreativen und kulturellen Disziplinen, die mit ihrem Wissen die Zukunft der Kommunikations- und Kreativbranche mitgestalten, sie inspirieren und bewegen mÃ¶chten. Nach einer groÃ angelegten Umfrage ergeben sich fÃ¼r die Content-Agenda 2020 acht essenzielle Themenkreise, die die gesamte Kommunikationsindustrie beschÃ¤ftigen. Das Festival lÃ¤dt nun die Branche ein, sich zu bewerben, um auf der BÃ¼hne zu sprechen.

ORF-Enterprise-CEO **Oliver BÃ¶hm** kommentiert:

„Ãsterreichs Expertinnen und Experten haben die einzigartige Chance, ihrer Stimme eine WeltbÃ¼hne zu geben und sich im globalen Umfeld mit ihrem Wissen zu positionieren. Wir hoffen, dass mÃ¶glichst viele heimische Meinungsbildner von dieser MÃ¶glichkeit Gebrauch machen und damit auch die Wahrnehmung des Kreativ- und Wirtschaftsstandorts Ãsterreich stÃ¤rken.“

## Die Themen fÃ¼r das Festival 2020

Interessierte kÃ¶nnen sich mit ihren Talk-Ideen fÃ¼r die folgenden **acht Themen** bewerben:

**„Creativity IS the Business Growth Engine“** – Unter diesem Aspekt wird beleuchtet, wie Kommunikationsexperten kurz- und langfristige Ziele mit Kreativität erreichen können, um einen höheren Einfluss in der Vorstandetage zu erzielen.

**„Creative Disruption in Commerce“** – Vorreiter von Marken und Retailern sind gefragt, ein besseres Käuferlebnis durch bahnbrechende Formen des Handels – bargeldlos, Omni-Channel, immersiv – zu demonstrieren.

**„Post-Purpose: Brand Accountability and Activism“** – Die weltweit größten Marken und Agenturen sollen in ihren Vorträgen diskutieren, wie sie mit kritischen globalen Themen umgehen.

**„Your Brand is my Experience“** – Gefragt sind Strategien für ein wegweisendes Kundenerlebnis, das die gesamte Customer-Journey durch nahtlose Interaktion verbessert.

**„Looking to 2030: Making your Business Future-fit“** – Der Bereich soll die Anforderungen an die Kreativtalente der Zukunft – vor dem Hintergrund der technologischen Entwicklung und permanenter Weiterbildung – erforschen. Zudem sollen Perspektiven besprochen werden, wie Arbeitgeber die besten kreativen und technischen Talente der Welt gewinnen und halten können.

**„Applied Creativity: When Data, Tech and Ideas collide“** – In diesen Talks sollen Experten, Storyteller und Innovatoren praktische Beispiele für die Anwendung von Daten und Technologien vorstellen, die ihre Zielgruppe begeistern. Marken werden ergänzend demonstrieren, wie sie mit dem Einsatz von Technologien eine dauerhafte und emotionale Kundenbindung erzielen.

**„Storytelling at Scale“** – Das Thema deckt kreative Formen des Storytellings rund um aktuelle Problemstellungen ab, die die Aufmerksamkeit steigern. Dabei soll die kulturelle Relevanz im Vordergrund stehen.

**„Let's Get Back to Brand“** – Diese Panels und Talks beschäftigen sich mit dem nachhaltigen und „gesunden“ Markenaufbau und der –

pflege durch Kreativität als Alternative zur Jagd nach Klicks-, Likes- und Impressions.

Die detaillierten Anforderungen an potenzielle Speaker finden sich online im [Step-by-Step Guide](#). Die Einreichfrist für Talk-Ideen endet am 10. Jänner 2020.

## 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://contentsales.ORF.at> und <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>. (Schluss)

