Silbernes Weihnachtsgeschenk fÃ¼r Igel Henry: Stacheliger Erste-Group-Botschafter erobert die Herzen der eurobest-Jury â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG19461 | 09.12.2019 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Jung von Matt/ Donau gewinnt mit Weihnachtsgeschichte über Igel Henry für Erste Group Silber in „Film Craft" bei eurobest-Awards.

Bilder/ Video zur Meldung in der Mediadatenbank : © Jung von Matt/ Donau
Facebook:https:// www.facebook.com/ watch/? v=272546250112026

Wien/ Cannes (LCG) – Jung von Matt/ Donau kann die Shortlistplatzierung in der Kategorie „Film Craft" (Subkategorie „Animation") bei den eurobest-Awards in London mit dem bezaubernden Spot „ First Christmas " für die Erste Group in eine Silber-Trophäe umwandeln. Der Film aus der #glaubandich-Kampagne mit dem herzerwärmenden Igel Henry holte bereits einen Bronze-Löwen („Film Craft") sowie eine weitere Shortlistplatzierung („Film") beim Cannes Lions International Festival of Creativity und wurde in den letzten Monaten mit über 30 nationalen und internationalen Awards ausgezeichnet. Vom Creativ Club Austria wurde Erste Bank und Sparkasse im 200. Jubiläumsjahr als „Kunde des Jahres" ausgezeichnet und mit dem Spot „Unstoppable" holte sich das Finanzinstitut den ORF-TOP SPOT in Gold.

> „Die zahlreichen Auszeichnungen für Henry haben uns in den letzten Monaten, in denen wir bereits an der Story über die Hummel #hannabumblebee gearbeitet haben, immer wieder motiviert und angespornt! Silber bei eurobest ehrt uns sehr und ist ein großartiger Jahresabschluss!", so **Michael Nagy** , Creative Director von Jung von Matt/ Donau.

> „Wir haben mit dem Igel einen weltweiten Erfolg erzielt, den wir uns nie erträumt hätten. Aber daran sieht man, dass unser Leitgedanke #glaubandich keine Grenzen kennt. Im aktuellen Weihnachtsfilm haben wir unsere Grundwerte wieder in eine neue, berührende Geschichte übersetzt", so **Martin Radjaby-Rasset**, Head of Group Brand Management.

> „Die Erfolgswelle dieser ergreifenden Digital-Kampagne verdeutlich einmal mehr, dass kreative Exzellenz aus Österreich auch über die Landesgrenzen hinaus Menschen berührt und sich damit in die Liga der Weltmarken einreiht. Als offizielle Festivalrepräsentanz gratuliert die ORF-Enterprise Jung von Matt/ Donau zu einer weiteren Auszeichnung", so ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** .

Die Digital-Kampagne „First Christmas" wurde parallel in sechs Ländern eingesetzt und verzeichnete in weniger als drei Wochen über 150 Millionen Online-Views. Der Spot unterstützt das Leitmotiv #glaubandich. Credits sowie weitere Informationen zur Kampagne gibt es – hier.

Über eurobest

Das eurobest-Festival wurde 1988 ins Leben gerufen und gilt bis heute als führender Wettbewerb für kreative Exzellenz in Europa. Seit 2018 findet das Festival im digitalen Live-Stream-Format unter dem Titel „eurobest Unwrapped" statt, das die Vergabe der eurobest-Awards in 23 Kategorien beinhaltet. Nach Stationen in Stockholm, Amsterdam, Hamburg, Lissabon, Helsinki, Antwerpen und Rom finden die Jury-Sitzungen der eurobest-Awards seit 2017 in London statt. Die „eurobest Young Creatives Integrated Competition" ist der Wettbewerb für den kreativen Nachwuchs Europas und findet in Warschau, Polen, 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 .

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, die ORF-Radiothek 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 undhttps:// 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)