

Startschuss für Lions Live March Edition – BILD

ID: LCG21045 | 24.02.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien – sterreich | Medieninformation

Fünf Tage lang liefert die digitale Lernplattform von Cannes Lions Live-Streams und On-Demand-Content mit international führenden Kommunikationsexperten und kreativen Vordenkern. Heimische Brancheninsider empfehlen ihre persönlichen Programmhilights.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien/ Cannes (LCG) – Konzipiert, um zu bleiben: Eingangs noch als pandemiebedingter Ersatz für das Cannes Lions International Festival of Creativity eingeführt, geht das erfolgreiche interaktive Digitalformat nunmehr in die dritte Runde. Von 1. bis 5. März 2021 präsentiert Lions Live das anstehende Programm unter dem Titel „The New Creator’s Toolkit“. Fünf Tage lang vermitteln preisgekrönte Kreativexperten in 20-bis 30-minütigen Sessions Visionen und geballtes Best-Practice-Wissen für den persönlichen Karriere-Boost in der Kreativbranche. Unter den Headlinern befinden sich Kreativlegenden wie **Madonna Badger**, **God-is Rivera**, **Tiffany R. Warren**, **Jim Stengel**, **Jeff Goodby** und **Rich Silverstein** als auch Leadership-Experten wie **Greg Orme** (London Business School), **Alison Chadwick**, (Podcast „Made Not Born“) und **Todd Henry** (Autor von „Accidental Creative“).

Das sind die Programmhilights von Österreichs Brancheninsidern und Kreativexperten

Welche Programmhilights Österreichs Kreativbranche nicht verpassen sollte, verraten **Kaitlyn WonJung Chang** (Accenture Interactive), **Michael Nagy** (Jung von Matt/ Donau) und **Stefanie Golla** (Art Directrice):

„Ohne Zweifel, den ersten Vortrag am Montag von **Madonna Badger**. Man kann fragen, ‚Wer ist sie, nie gehört?‘ – Genau das habe ich mich auch vor fünf Jahren gefragt. Die Gründerin der Agentur Badger & Winters aus New York ist eigentlich schon eine Legende. Mit ihrem Video von 2015 „We are #WomenNotObjects“ war sie die erste Frau in der Werbeindustrie, die sich lautstark gegen sexistische Klischees in der Werbung ausgesprochen hat, die vorher als ‚normal‘ angesehen wurden. Sie hat uns alle, entgegen aller Kritik und Anfeindungen, für das Thema Gender Equality sensibilisiert und das Bewusstsein dafür geschärft, welchen Einfluss wir als Werberinnen und Werber auf das (Unter-) Bewusstsein der Öffentlichkeit haben. Ich habe sie drei Mal live auf der Bühne gesehen, und jedes Mal war sie sehr charismatisch und super inspirierend – ein Must-See! Vor allem, weil sie heuer über Mut redet“, so Chang.

Nagy sieht seinen persönlichen Favoriten im Vortrag von **Rich Silverstein** unter dem Titel „The World is your Mentor“: „Nach beinahe einem Jahr Lockdown und Netflix als Hauptquelle kulturellen Inputs ist der kreative Datensatz, aus dem wir schöpfen um einiges kleiner geworden. Alle schauen die gleichen Folgen und hören dieselben Podcasts. Das könnte dazu führen, dass auch der Output immer ähnlicher wird. Höchste Zeit, also mal wieder der Übermacht dieser Algorithmen zu entfliehen und Eindrücke außerhalb der Komfortzone beziehungsweise dem Sofa zu sammeln. Denn nur, was man selbst erlebt und erfährt, kann man auch in Ideen und Kampagnen wiedergeben. ‚The World is your Mentor‘ eben.“

„Teamführung, Organisation, Kommunikation und soziale Kompetenz sind unentbehrliche Führungskompetenzen, die oftmals gerade Kreativgenies fehlen. Das Gewinnen von Awards ist meist das Eintrittsticket in die Führungsetage. Das lässt sich auch in der heimischen Branche beobachten. Kreative Fachkompetenz bescheinigt jedoch keine Führungsqualitäten. Fachexpertise und Teamleitung sollten voneinander getrennt werden, ohne dabei auf das Aufsteigen in der Agentur verzichten zu müssen. Agenturkonzepte sollten auch in Österreich neu gedacht werden und sich an den internationalen Vorbildern orientieren. Dort werden diese Konzepte bereits gelebt und der Erfolg gibt ihnen Recht. Dieser Schritt würde vor allem dem Nachwuchs die Branche mit Sicherheit auch wieder schmackhafter machen. Daher meine Empfehlung, insbesondere für die Chefs von Morgen: ‚Five Ways to Show up Like a Leader For Tomorrow‘ oder ‚Creative Leadership Today: The Expert Guide‘ von **Alison Chadwick**“, so Golla.

Im Rahmen von Lions Live werden zusätzlich die drei exklusiven „Lions Intelligence Guides“ veröffentlicht: „Navigating Market Disruption“, „Emotional Storytelling“ und „Unconventional Creativity“. Sie enthüllen die Trends und Erkenntnisse aus über 65 Jahren Cannes Lions.

Das fünftägige Digitalevent schließt mit der Veröffentlichung des „Lions Insight“-Berichts ab. Darin werden die Top-Themen für 2021 vorgestellt. Der Bericht ist das Ergebnis der bislang größten Forschungsstudie von Lions, an der 1.500 Mitglieder der globalen Kreativgemeinschaft teilnahmen.

Weitere Infos zur kostenlosen Teilnahme sowie das gesamte Programm finden sich auf [https:// lionslive.canneslions.com](https://lionslive.canneslions.com).

Über Lions

Unter der Dachmarke „Lions –The Home of Creativity“ sind die Festivals und Awards Cannes Lions, Eurobest, Dubai Lynx und Spike Asia angesiedelt. Lions bietet mit den digitalen Plattformen „Lions Live“ und „The Work“ zudem Inspirations- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Kreativcommunity. Die ORF-Enterprise ist seit 1996 die offizielle Repräsentanz von Lions in Österreich. Weitere Informationen auf <https://enterprise.orf.at/awards-1/cannes-lions> sowie auf <https://www.lionscreativity.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 und ORF-Radiothek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie 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, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. 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](https://www.leisure.at) . (Schluss)