

Neue Lions-Mitgliedschaft mit ganzjà ¤hrigen Vorteilen – BILD

ID: LCG21085 | 28.03.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Darunter auch der kostenlose Zugang zu "Cannes Lions Live" im Juni und dem neuen "Veteranen-Club".

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien/Cannes (LCG) - Lange lag das Gerücht um ein Mitgliedschaftsmodell in der Luft, nun ist sie da: die "Lions Membership". Die Basis dafür wurde Ende letzten Jahres geschaffen: Mit der Einführung der Dachmarke "Lions - The Home of Creativity" vereinte man sämtliche Festival-Formate sowie Services für die Kommunikationsbranche und Weiterbildungsangebote für Kreative auf einer gemeinsamen Online-Plattform. Durch das neue Mitgliedschaftsmodell soll die globale Kreativgemeinschaft näher zusammenrücken, um den beruflichen, persönlichen und gesellschaftlichen "Progress through Creativity" voranzutreiben.

"Wir wissen, dass außergewöhnliche Dinge passieren, wenn die globale Gemeinschaft zusammenrückt. Wir wissen auch seit einiger Zeit, dass kreative Exzellenz nicht mehr an eine einzige Woche im Juni gebunden sein kann. Zum ersten Mal können Mitglieder der Lions-Community die kollektive Kraft aller Kreativen ganzjährig erleben und von der Interaktion profitieren. Die Plattform ermöglicht Fortschritte durch Kreativität und unterstützt in jeder Phase dieser Reise", kommentiert Lions-Managing-Director Simon Cook.

Alle früheren und zukünftigen Lions-Gewinner erhalten eine kostenlose Mitgliedschaft. Im Rahmen der Nachwuchsförderung von Lions profitieren die unter 30-Jährigen von einem ermäßigten Mitgliedschaftsbeitrag, um Zugang zu den Ressourcen und dem Netzwerk zu erhalten, die sie zur Entwicklung ihrer Kreativität benötigen.

Alle Lions-Mitglieder erhalten kostenlosen Zugang zum diesjährigen "Cannes Lions Live", der digitalen Komponente von Cannes Lions, einschließlich Live-Awardergebnissen, Analysen und Kommentaren, inspirierenden Online-Sessions, umfassenden Community-Erfahrungen und einem speziellen "Creativity on Demand"-Kanal.

Exklusiver Club für global geballte Kreativ-Exzellenz

Das bisherige Angebot wird durch die Einführung des "Veteranenclubs" erweitert: "1954", ein exklusiver Club, der sich aus den besten kreativen Köpfen der Welt zusammensetzt. Jeder, der seit seiner ersten Vergabe vor 67 Jahren, einen Löwen gewonnen hat, hat nicht nur kostenlosen Zugang zur Lions-Mitgliedschaft, sondern auch die Möglichkeit dem "1954"-Club beizutreten.

Über seine Vision zum neuen Club sagt Lions-Vorsitzender Philip Thomas: "Wenn man sich nur vorstellt, was erreicht werden könnte, wenn wir die größten Kreativen der Welt miteinander verbinden. Löwen werden an eine Vielzahl der weltweit besten kreativen Denker vergeben, darunter Agenturen, Marken, Medieninhaber und Technologieunternehmen. Dieses Elite-Kollektiv, das mit Löwen ausgezeichnet wurde, wird voneinander lernen. Es ist ein einzigartiger Zugang zu wertvollen Ressourcen, globalem Expertenwissen, Erfahrungen und Insights." Er ergänzt: "Wir sind zuversichtlich, dass die Gründungsmitglieder von 1954 ihre kollektive Kraft nutzen werden, um das Ziel, Progress through Creativity' für unsere vielfältige und globale Gemeinschaft zu verfolgen."

Die jährliche Lions-Mitgliedschaftsgebühr beträgt 249 Euro und beinhaltet den Zugang zu "Cannes Lions Live". Alle Lions-Gewinner können sich für den Club 1954 bewerben. Die unter 30-Jährigen erhalten einen 30-prozentigen Rabatt auf alle Mitgliedschaftspreise.

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 aufhttps://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 http://www.leisure.at. (Schluss)