

Cannes Lions 2020/21: GroÃŸes Finale mit Special Awards â€“ BILD

ID: LCG21237 | 26.06.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Lettland holt seinen allerersten Grand Prix. WPP sichert sich den Titel „Holding Company of the Year“ und FCB ist „Network of the Year“. FÃ¼r Ã–sterreich endet Cannes Lions mit drei Shortlist-Platzierungen.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien/ Cannes (LCG) – Im Rahmen der fÃ¼nften und letzten Live-Award-Show am Freitag, den 25. Juni 2021, vergab Cannes Lions insgesamt 117 LÃ¶wentrophÃ¤en in den Kategorien „Film“, Titanium“, „Sustainable Development Goals“ und „Glass: The Lion for Change“. DarÃ¼ber hinaus wurden die Gewinner der Special Awards fÃ¼r 2020/2021 und der PreistrÃ¤ger des „Grand Prix for Good“ bekannt gegeben.

478 Juroren aus 55 LÃ¤ndern prÃ¤mierten insgesamt 982 herausragende Arbeiten und setzten damit eine neue Benchmark fÃ¼r kreative Hochleistung. Auf Einladung der Ã¶sterreichischen Lions-ReprÃ¤sentanz ORF-Enterprise jurierte Kreativdirektorin **Stefanie Golla** (Accenture Interactive) in der Kategorie „Direct“ und Jung von Matt Donau-GeschÃ¤ftsfÃ¼hrer **Andreas Putz** in der Shortlist-Jury der Kategorie „Film“.

Film Lions

Die Kategorie „Film“ zÃ¤hlt 2.726 Einreichungen, wovon 83 mit einem LÃ¶wen ausgezeichnet wurden: acht erhielten Gold, 25 Silber, 47

Bronze und gleich drei wurden mit einem Grand Prix ausgezeichnet. Die Höchstauszeichnungen gingen an „Crocodile Inside“ von **BETC Paris** (FR) für Lacoste, „Nike: You Can't Stop Us“ von **Wieden +Kennedy Portland** (USA) und #WombStories von **AMV BBDO London** (UK) für Essity.

Titanium Lions

Von 196 Einreichungen in der Kategorie „Titanium“ wurden sechs mit einem Titanium-Löwen prämiert. Der Grand Prix ging an #WombPainStories von **AMV BBDO London** (UK) für Essity. Nach ihren Grand-Prix-Auszeichnungen in „Health & Wellness“, „Film Craft“ und „Film“ ist der Titanium-Grand Prix somit bereits der vierte für die Londoner Agentur AMV BBDO.

Glass: The Lion for Change

„Glass: The Lion for Change“ zählt 187 Einreichungen, sieben wurden prämiert: zwei mit Gold, eine mit Silber und drei mit Bronze. Den Grand Prix sicherte sich **VMLY&R Brasilien** mit „I am“ für Starbucks. Möchten Trans-Menschen in Brasilien ihren Namen ändern, ist das kein leichtes Unterfangen. Deshalb wandelte man einen Starbucks-Shop kurzerhand in ein Standesamt um und schuf einen Ort, an dem sich Menschen unabhängig ihres Geschlechts nicht nur willkommen fühlen, sondern wo sie auch ihren Namen legal und kostenlos ändern können.

Sustainable Development Goals Lions

Von 736 Einreichungen in der Kategorie „Sustainable Development Goals“ wurden 20 prämiert; davon drei mit Gold, vier mit Silber und zwölf mit Bronze. Der Höchstpreis ging an den CO2-Fußabdruck-Rechner „The 2030 Calculator“ vom finnischen Fintech **Doconomy** und der Designagentur **FARM** aus Stockholm (SWE) für Doconomy.

Grand Prix for Good

Den „Grand Prix for Good“ sicherte sich „#StillSpeakingUp DeepTruth“ von **Publicis Mexico** und **Publicis Latvia** für Propuesta Cívica + Reporters Sans Frontieres. Für Lettland ist es die allererste Grand-Prix-Auszeichnung.

Die Special Awards

Holding Company of the Festival 2020/21

1. WPP | 2. Omnicom | 3. Interpublic Group

Network of the Festival 2020/21

1. FCB | 2. Ogilvy | 3. BBDO Worldwide

Agency of the Festival 2020/21

1. AMV BBDO, London, UK | 2. Publicis Italy, Mailand, Italien | 3. FCB Chicago, USA

Independent Agency of the Festival 2020/21

1. Wieden+Kennedy, Portland, USA | 2. The Bloc, New York, USA | 3. Rethink, Toronto, Kanada

Palme D'Or 2020/21

1. Chelsea Pictures, USA | 2. Pulse Films, USA | 3. Division, Frankreich | 4. Smuggler, USA | 5. Prettybird, USA

Creative brand of the Festival 2020/21

1. Burger King | 2. Bodyform/ Libresse | 3. Dove

Agency of the Festival by track 2020/21 -Communication

Publicis Italy, Milan, Italien

Agency of the Festival by track 2020/21 -Craft

AMV BBDO, London, UK

Agency of the Festival by track 2020/21 -Entertainment

72andSunny, Los Angeles, USA

Agency of the Festival by track 2020/21 -Experience

McCANN, New York, USA

Agency of the Festival by track 2020/21 -Good

VMLY&R Brazil, Saõ Paulo, Brasilien

Agency of the Festival by track 2020/21 -Reach

FCB Chicago, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Communication

Wieden +Kennedy, Portland, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Craft

Work & Co, New York, USA

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Entertainment

=1. Edelman, London, UK

=1. GUT, Saïfo Paulo, Brasilien

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Experience

Uncommon, London, UK

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Good

FARM, Stockholm, Schweden

Independent Agency of the Festival by track 2020/21 -Reach

GUT, Miami, USA

Über Cannes Lions

Cannes Lions ist der weltweit führende Kreativaward unter dem Dach von „Lions -The Home of Creativity“. Das gleichnamige Festival findet alljährlich im Juni in Cannes, Frankreich, statt und ist mit inspirierenden Workshops, Masterclasses und Networkingevents Anziehungspunkt für Kreative aus nahezu 100 Ländern. Die begehrte Löwentrophäe ist der globale Maßstab für kreative Exzellenz und wird in 28 Kategorien vergeben. Weitere Informationen auf <http://www.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
[http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)