

Cannes Lions Awards 2022 mit Neuerungen â€“ BILD

ID: LCG21476 | 08.12.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Einführung eines Creative B2B Lion. Creative eCommerce Lion wird zu Creative Commerce Lion und Media Lion erhält Update in der Jury-Gewichtung.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Cannes/ Wien (LCG) – Reformen der Awardstruktur und Kategorien stehen jedes Jahr erneut auf der Agenda der Festivalorganisatoren, um den Forderungen der Kreativ- und Kommunikationswirtschaft gerecht zu werden. Die Awards setzen die globale Benchmark für kreative Exzellenz in Branded Communications. Einreichungen und Anmeldungen für das hybride Cannes Lions International Festival of Creativity sind ab 20. Jänner 2022 möglich.

B2B-Kommunikation erhält eigenen Lion-Award

Der neu gelaunchte Creative B2B Lion zeichnet Arbeiten mit maßgebender Kreativität und effektivem Erfolg aus, die für Produkte und Dienstleistungen im B2B-Bereich eingesetzt werden. Die Diskussion um die Einführung eines Lion für B2B-Arbeiten reiche bis ins Jahr 2013 zurück, berichtet Lions-Vorstand **Philip Thomas**. Die Zeit sei aber erst jetzt reif. Denn die Awards spiegeln die Industrie und ihren Bedarf wider, der nicht zuletzt im Anstieg prämierter B2B-Arbeiten in sämtlichen Lions-Kategorien deutlich wurde. Der Creative B2B Lion wurde auf Basis von Input und Research durch Branchenexperten sowie mithilfe des strategischen Partners „The B2B Institute“, einem LinkedIn-Think-Tank, entwickelt.

„Unternehmen, die im B2B-Bereich agieren, gehören zu den am schnellsten wachsenden Firmen weltweit. Es gibt eine neue Generation von wachstumsstarken B2B-Playern, die die Regeln für B2B-Brand-Building neu schreiben, weil sie verstehen, dass es bei Effektivität um die Arbeit an sich geht. Die Einführung eines Creative B2B Lion ist eine unglaubliche Initiative, die als Katalysator für Kreativität und Effektivität fungieren wird“, kommentiert **Jann Martin Schwarz**, Global Head, B2B Institute -LinkedIn.

Beth Ann Kaminkow, Global CEO, VLMY&R Commerce, CEO NY VMLY&R, wurde zur Jury-Präsidentin der Creative Commerce Lions ernannt.

Updates für Creative eCommerce und Media Lions

Die Creative eCommerce Lions Awards werden erweitert und zu Creative Commerce Lions umbenannt. Damit möchte man künftig dem innovativen und kreativen Ansatz für Online-als auch Offline-Handel bis hin zu seinen Zahlungs-und Transaktionslösungen mehr Anerkennung zuteil werden lassen. Denn die Cannes-Lions-Veranstalter verzeichneten in diesem Jahr eine deutliche Verlagerung in den Einreichungen: Handelsbezogene Einreichungen stiegen um 18 Prozent. Zudem beobachteten die Jurys aufkommende Trends rund um „Distributed Commerce“, „Equitable Commerce“ und die Verbreitung des Handels im Allgemeinen.

Media-Geschick und -Know-how sind künftig noch mehr gefragt: Die Gewichtung in der Beurteilung von Einreichungen in der Kategorie „Media“ bekommt einen deutlicheren Media-Fokus: 20 Prozent entfallen auf „Insight & Idea“, 30 Prozent auf „Media Strategy and Targeting“; 30 Prozent auf „Media Execution“ und 20 Prozent auf „Impact and Results“.

Daryl Lee, Global CEO, IPG Mediabrands, wurde zum Media-Lions-Jury-Präsidenten 2022 ernannt.

Das Cannes Lions International Festival of Creativity findet von 20. bis 24. Juni 2022, in Cannes, Frankreich, als Hybridevent statt.

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 und Awards von „Lions – The Home of Creativity“ sowie 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)

