

Cannes Lions 2022: Die Sieger der zweiten Award-Show â€“ BILD

ID: LCG22240 | 21.06.2022 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Portugal holt sich seinen allerersten Grand Prix. Schweden erhält erstmals in der Kategorie „Entertainment“ eine Höchstauszeichnung und Deutschland erstmals in der Kategorie „Film Craft“.

Videos und Sujets zu den Grands Prix in der [Mediendatenbank](#)

Wien/ Cannes (LCG) – Im Rahmen der zweiten Live-Award-Show vergab Cannes Lions insgesamt 201 Lwentrophen in den Kategorien „Entertainment“, „Entertainment Lions for Music“, „Entertainment Lions for Sports“, „Industry Craft“, „Digital Craft“, „Film Craft“ und „Design“.

Bei den Young Lions überzeugten **Jonas Hjort** und **Marcus Mahecha** aus Dänemark mit „MyBeastie® by WWF x Tamagotchi“ in der Kategorie „Design“. Die Gold-Auszeichnung in der Kategorie „Digital“ ging an „Unstereotype Skins“ von **Jackson Elliott** und **William Campion** aus Australien.

Entertainment Lions

Die Kategorie „Entertainment“ zählt 655 Einreichungen, wovon vier mit Gold, sieben mit Silber und 13 mit einem Bronze-Löwen ausgezeichnet wurden. Den Grand Prix sicherte sich **McCANN Stockholm** (Schweden) mit „Eat a Swede“ für die Schwedische Lebensmittelvereinigung.

Entertainment Lions for Music

390 Einreichungen wurden in der Kategorie „Entertainment Lions for Music“ gezählt. Insgesamt 17 Einreichungen wurden prämiert: vier

Arbeiten erhielten Gold, fünf Silber und sieben Bronze. Die Höchstauszeichnung ging an **Doomsday Entertainment** aus Los Angeles (USA) und **Sony Music Latina** aus Miami (USA) für das Musikvideo „This Is Not America ft Ibeyi“.

Entertainment Lions for Sport

Von 558 Einreichungen in der Kategorie „Entertainment Lions for Sport“ wurden 22 prämiert – davon drei mit Gold, sieben mit Silber und elf mit Bronze. Der Grand Prix ging an „NikeSync“ für Nike von **R/ GA London** (UK) .

Industry Craft Lions

Von 1.134 Einreichungen in der Kategorie „Industry Craft“ wurden 25 prämiert – davon fünf mit Gold, zehn mit Silber und neun mit Bronze. **AMV BBDO London** (UK) überzeugte mit „Hope Reef“ für Mars Petcare und konnte sich den Grand Prix in dieser Kategorie sichern.

Digital Craft Lions

Die Kategorie „Digital Craft“ zählt 661 Einreichungen, wovon 21 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden: drei erhielten Gold, sieben Silber und zehn Bronze. Den Grand Prix sicherte sich **Virtue Worldwide** aus New York (USA) mit der Kampagne „Backup Ukraine“, die Bürgern der Ukraine dabei hilft, ihre Kultur vor der Zerstörung zu bewahren. Mit einer Echtzeit-Smartphone-Kamera und GPS kann jeder Ort oder jedes Denkmal in wenigen Minuten erfasst werden. Die Daten werden dann als „Blueprints“ für immer in der Cloud gesichert.

Film Craft Lions

54 von 1.711 Einreichungen in der Kategorie „Film Craft“ wurden mit Löwentrophäen ausgezeichnet. Vergeben wurden elf Löwen in Gold, 17 in Silber, 25 in Bronze und ein Grand Prix. Die Höchstauszeichnung ging an „The Wish“ von **Serviceplan** aus München (Deutschland) für Penny.

Design Lions

Die Kategorie „Design“ verzeichnet 1.058 Einreichungen, wovon 38 mit einem Löwen ausgezeichnet wurden: sechs erhielten Gold, zehn Silber und 21 Bronze. Zum ersten Mal ging der Grand Prix nach Portugal. **FCB Lisbon** (Portugal) konnte die Jury mit „Portuguese (Re) Constitution“ für Penguin Books überzeugen.

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)

