

Cannes Lions 2022 endet mit fünfter Awardshow und verleiht Special Award an Jung von Matt Donau – BILD

ID: LCG22253 | 25.06.2022 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Jung von Matt Donau ist „Independent Agency of the Year – Engagement“. „Data Tienda“ erhält einen zweiten Grand Prix. Dentsu Creative Bangalore ist „Agency of the Year“ und bringt den Titel erstmals nach Indien.

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

Wien/ Cannes (LCG) – Im Rahmen der fünften und letzten Live-Award-Show vergab Cannes Lions insgesamt 93 Löwentrophäen in den Kategorien „Film“, „Sustainable Development Goals“, „Titanium“ und „Glass: The Lion for Change“.

Darüber hinaus wurde der „Grand Prix for Good“ und die Sonderpreise „Creative Company of the Year“, „Network of the Year“, „Independent Network of the Year“, „Agency of the Year“, „Independent Agency of the Year“, „Palme d'Or“, „Creative Brand of the Year“, „Regional Network of the Year“ und der „Lion of St. Mark“ verliehen sowie der bedeutendste „Creative Marketer“ des Jahres ausgezeichnet.

Bei den Young Lions konnten **Axel Bringel** (BCW Stockholm) und **Joel Hördegård** (Freelancer) aus Schweden in der Kategorie „Film“ überzeugen.

Film Lions

Die Kategorie „Film“ zählt 2.028 Einreichungen, die von der Jury mit insgesamt 61 Löwen ausgezeichnet wurden: acht mit Gold, 20 mit Silber und weitere 31 mit Bronze. „Super. Human.“ von 4Creative London (UK) für Channel 4 konnte einen Grand Prix für sich entscheiden. Ein zweiter Grand Prix in dieser Kategorie ging an

„Escape from the Office“ für Apple von Apple (Sunnyvale, USA) und Smuggler (Central LA, USA) .

Sustainable Development Goals Lions

Von den 618 Einreichungen in der Kategorie „Sustainable Development Goals“ wurden 19 Arbeiten mit Löwentrophäen ausgezeichnet. Vergeben wurden drei Löwen in Gold, fünf in Silber sowie zehn weitere in Bronze. Der Grand Prix in dieser Kategorie ging an „The Missing Chapter“ von Leo Burnett Mumbai (Indien) für P&G Whisper.

Titanium Lions

Fünf der insgesamt 198 Einreichungen in der Kategorie „Titanium“ wurden mit einem Titanium-Löwen prämiert. Mit dem Grand Prix wurde „Long Live the Prince“ für die Kiyan Prince Foundation, Ea Sports, QPR, Match Attax von Engine London (UK) ausgezeichnet.

Glass: The Lion for Change

Die Kategorie „Glass: The Lion for Change“ verzeichnet 141 Einreichungen, wovon acht mit einem Löwen ausgezeichnet wurden: drei erhielten Gold, eine Silber und drei weitere Bronze. Nach dem Grand Prix in der Kategorie „Creative Data“ konnte DDB Mexico mit „Data Tienda“ für WeCaptial einen zweiten Grand Prix für sich entscheiden.

Grand Prix for Good

Der „Grand Prix for Good“ ging an „Save Ralph“ für Humane Society International von The Humane Society of the United States und Vespa Pictures California (USA) .

Cannes Lions Special Awards

Creative Company of the Year (ehemals Holding Company of the Year)

1. WPP
2. Omnicom
3. Interpublic Group

Network of the Year

1. Ogilvy
2. FCB
3. DDB Worldwide

Independent Network of the Year

1. Serviceplan Group
2. GUT
3. Rethink

Agency of the Year

1. Dentsu Creative, Bangalore, Indien
2. We Believers, Brooklyn, USA
3. Publicis, Mailand, Italien

Independent Agency of the Year

1. We Believers, Brooklyn, USA
2. Serviceplan, Munich, Deutschland
3. 4creative, London, UK

Palme d'Or

1. Smuggler, USA
2. Iconoclast, Deutschland
3. Somesuch, UK
4. Virtue Worldwide, USA
5. Zauberberg Productions, Deutschland

Creative Brand of the Year

1. Burger King
2. Vice
3. Apple

Regional Network of the Year

Regional Network of the Year – Asia Pacific

1. dentsu
2. Ogilvy
3. Leo Burnett

Regional Network of the Year – EMEA

1. Publicis Worldwide
2. Ogilvy
3. BBDO Worldwide

Regional Network of the Year – Lateinamerika

1. Ogilvy
2. DDB Worldwide
3. VMLY&R

Regional Network of the Year – Nordamerika

1. FCB
2. Leo Burnett
3. VMLY&R

Agency of the Year by Track

Agency of the Year – Classic

David, Madrid, Spanien

Agency of the Year – Craft

Serviceplan Germany, München, Deutschland

Agency of the Year – Engagement

Africa Ddb Brasil, São Paulo, Brasilien

Agency of the Year – Entertainment

VMLY&R, São Paulo, Brasilien

Agency of the Year – Experience

Dentsu Creative, Bangalore, Indien

Agency of the Year – Good

DDB México, Ciudad de México, Mexiko

Agency of the Year – Strategy

FCB Canada, Toronto, Kanada

Independent Agency of the Year by track

Independent Agency of the Year – Classic

We Believers, Brooklyn, USA

Independent Agency of the Year – Craft

Serviceplan Germany, München, Deutschland

Independent Agency of the Year – Engagement

Jung von Matt Donau, Wien, Österreich

Independent Agency of the Year – Entertainment

Mirimar Los Angeles, USA

Independent Agency of the Year – Experience

We Believers, Brooklyn, USA

Independent Agency of the Year – Good

1= Edelman, New York, USA

1= We Believers, Brooklyn, USA

Independent Agency of the Year – Strategy

Rethink, Toronto, Kanada

Zu Ehren ihres unermüdlichen Einsatzes für die Kreativwirtschaft wurde **Colleen DeCourcy** (Wieden +Kennedy) der Award „Lion of St. Mark“ verliehen.

AB InBev wurde der Titel „**Creative Marketer of the Year**“ verliehen.

Die Österreich-Bilanz

Österreich beendet das 69. Cannes Lions International Festival of Creativity mit einem Sonderpreis, einem Gold- und zwei Bronze-Löwen sowie zahlreichen Shortlistplatzierungen:

Special Award:

Independent Agency of the Year – Engagement: Jung von Matt Donau, Wien, Österreich

Lions-Awards:

- **1x Gold:** „Vienna strips on OnlyFans“ für Wien Tourismus von Jung von Matt Donau; Kategorie „PR“

- **2x Bronze:** „Vienna strips on OnlyFans“ für Wien Tourismus von Jung von Matt Donau; jeweils eine Prämierung in den Kategorien „Direct“ und „Social & Influencer“

Shortlistplatzierungen:

- **10x Shortlist:** „Vienna strips on OnlyFans“ für Wien Tourismus von Jung von Matt Donau; Vier Shortlistplatzierungen in der Kategorie „Direct“, zwei Platzierungen in „Media“, drei in „PR“, und eine in „Social & Influencer“.
- **1x Shortlist:** „Daddy, please“ für McDonald's Österreich von DDB Wien; Kategorie „Film“
- **1x Shortlist:** „The Planet VS“ von AllRise; Kategorie „Sustainable Development Goals“

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 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 enterprise.ORF.at sowie auf 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 enterprise.ORF.at, contentsales.ORF.at und musikverlag.ORF.at

+ + +BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

