

Premiere: Cannes Lions kÃ¼rt AB InBev zum zweiten Mal in Folge zum â€žCreative Marketer of the Yearâ€œ â€“ BILD

ID: LCG23093 | 21.03.2023 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Erstmals erhÃ¤lt eine Marke den Titel zweimal hintereinander. Der Special-Award wÃ¼rdigt AB InBev fÃ¼r seine kreative Exzellenz, die ein kontinuierliches GeschÃ¤ftswachstum ermÃ¶glicht.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Cannes/ Wien (LCG) - Der Titel des „Creative Marketer of the Year“ ist in der Kommunikationsbranche unter den Werbetreibenden heiÃ begehrt und gilt als eine der hÃ¶chsten Auszeichnungen. Der Special-Award wird von den Festivalorganisatoren an jene Unternehmen verliehen, die Ã¼ber mehrere Jahre hinweg herausragende Kreativleistungen erbracht und infolgedessen mehrere Lions beim Festival gewonnen haben. Umso eindrucksvoller ist die Leistung von Anheuser-Busch InBev (AB InBev): Zum ersten Mal in der Geschichte von Cannes Lions gelingt es einer Marke zweimal in Folge, das Rennen um den begehrten Titel fÃ¼r sich zu entscheiden. In der Spitzenliga rangieren unter anderem auch Samsung Electronics (2016), Burger King (2017), Google (2018), Apple (2019) und Microsoft (2021).

„Der weltweit größte Braukonzern setzt mit seinen über 500 Biermarken seit Jahren Maßstäbe für exzellente Kreativität. Der aktuelle Geschäftsbericht zeigt ein Allzeithoch sowohl hinsichtlich Umsatzvolumen als auch Markenstärke, was nicht zuletzt auch auf die Kreativstrategie von AB InBev zurückzuführen ist. Als offizielle Festivalrepräsentanz gratuliert die ORF-Enterprise AB InBev zum beispiellosen Erfolg und freut sich auf Bestleistungen am heimischen Werbemarkt“, kommentiert ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** .

AB InBevs überragender Löwenspiegel

Die wiederholte Prämierung von AB InBev begründet sich in ihrer umfangreichen Löwenbilanz im letzten Jahr: Bei den Cannes-Lions-Awards 2022 holte das weltweit größte Brauunternehmen mit zehn seiner Marken aus sieben Ländern insgesamt 49 Löwentrophäen – einen Grands Prix, zehn Gold-Löwen und jeweils 19 in Silber und Bronze. Als eine der herausragendsten Arbeiten gilt die 2019 eingeführte Initiative „**Contract for Change**“ für Michelob Ultra USA von FCB Chicago, die seither zahlreiche Löwenprämierungen und internationale Preise einholte.

Das Cannes Lions International Festival of Creativity findet heuer von 19. bis 23. Juni 2023, in Cannes, Frankreich, als Hybridevent statt. Der Special-Award „Creative Marketer of the Year“ wird AB InBev am Freitag, den 23. Juni 2023, bei der Awardshow verliehen werden. Mehr über die erfolgreiche Strategie, die das Unternehmen über fünf Jahre lang verfolgte und zum nachhaltigen Erfolg führte, erfahren die Festivalteilnehmer im Rahmen des Seminars von AB InBev am 19. Juni 2023.

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 30 Kategorien vergeben. Weitere Informationen auf <https://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 <https://www.leisure.at> (Schluss)