

Erster „Cannes Lions Breakfast Club“ im Votivkino: ORF-Enterprise und CCA bringen die Highlights des International Festivals of Creativity nach Wien – BILD

ID: LCG25300 | 10.10.2025 | Kunde: Creativ Club Austria | Ressort: Medien –sterreich | Medieninformation

Ein inspirierender Morgen voller kreativer Energie: Beim neuen Branchenformat von ORF-Enterprise und Creativ Club Austria teilten Top-Kreative und Nachwuchstalente exklusive Einblicke, Learnings und Visionen vom renommiertesten Kreativfestival der Welt.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) ©Mila Zytka

Wien (LCG) – Dienstagvormittag luden die ORF-Enterprise und der Creativ Club Austria (CCA) erstmals zum „Cannes Lions Breakfast Club“ ins Wiener Votivkino. Bei Croissants, Kaffee und Kreativität teilten renommierte Branchenexperten exklusive Einblicke in das internationale Festival of Creativity in Cannes – den „Oscar der Kreativwelt“.

Im Zentrum des Vormittags stand **Matthias Spaetgens** (Scholz & Friends) Jurypräsident der Kategorie „Industry Craft“ bei den diesjährigen Cannes Lions. Im Gespräch mit **Doris Christina Steiner** (neongreen attention consultancy) gab er exklusive Einblicke in die Arbeit der internationalen Jury – von der Vorauswahl durch eine 22-köpfige internationale Prejury aus 17 Ländern über intensive 16-Stunden-Tage in den Juryräumen bis hin zur durchwegs positiven Gesprächskultur und den strengen Vergaberegeln: Nur rund zehn Prozent aller Einreichungen schaffen es auf die Shortlist, etwa drei Prozent werden mit einem Löwen ausgezeichnet.

„Wir wollen die kreative Leistung Österreichs international sichtbar machen und den Nachwuchs gezielt fördern – von der Young Lions Competition bis zur Bühne in Cannes. Mit dem Cannes Lions Breakfast Club schaffen wir ein Forum, das Kreativität sichtbar macht und Menschen verbindet, die mit Ideen die Welt verändern wollen“, so **Carmen Lunzer**, Projekt- und Eventmanagerin der ORF-Enterprise.

Auch **Reini Schwarzinger**, Geschäftsführer des CCA, unterstrich die Bedeutung des neuen Formats:

„Wenn um 9.00 Uhr bereits 130 Personen im Votivkino sitzen zeigt das, dass die Strahlkraft, die von den Cannes Lions nach wie vor ausgeht, ungebrochen ist. Besonders erfreulich ist, dass neben etablierten Kreativen und Agenturen auch zahlreiche Studierende anwesend waren. Großes Dankeschön an die ORF-Enterprise für die Kooperation bei diesem Format und an unsere Speakerinnen und Speaker fürs Teilen ihrer Insights – damit wir voneinander lernen und gemeinsam nach vorne denken können.“

Von Cannes lernen – für morgen gestalten

Spaetgens betonte die außergewöhnliche Qualität der diesjährigen Einreichungen und hob hervor, dass Kreativität immer dann ihre größte Wirkung entfaltet, wenn sie „verändernde Kraft“ besitzt. Besonders inspirierend war sein Plädoyer für Mut, Dialog und kreative Exzellenz für starke Kampagnen:

„Kunden darf man nicht überreden – man sollte sie für eine gemeinsame Reise gewinnen. Mutige Kreation entsteht aus Vertrauen, und Vertrauen wächst im Dialog.“

Spaetgens reflektierte auch über den Wandel in der Branche: Große Agenturen weichen zunehmend Tech-Giganten wie Amazon, META oder Google, die heute die Sideevents in Cannes dominieren. Doch er sieht in der Entwicklung auch Chancen:

„Technologie und Kreativität gehen Hand in Hand. KI ist effizient – aber im Herzen konservativ, weil sie Daten aus der Vergangenheit neu zusammensetzt. Wahre Kreativität bleibt progressiv, disruptiv, emotional und zutiefst menschlich.“

Anerkennung für österreichische Kreativleistungen

Ein besonderer Moment des Morgens war die Würdigung der heimischen Preisträger: DMB. wurde für die Kampagne „Sights of Tomorrow“ für die Letzte Generation Österreich mit einem Bronze-Löwen in Cannes ausgezeichnet – ein digitaler Protest gegen den Klimawandel auf Google Maps, bei dem KI-veränderte Bilder von österreichischen Sehenswürdigkeiten international für Aufsehen sorgten.

Alistair Thompson, Executive Creative Director und Partner bei DMB. und **Christoph Hofbauer**, die kreativen Köpfe hinter der Kampagne, erzählten von der Entstehung:

„Jede große Arbeit beginnt mit einem großen Problem,“ so Thompson. „Kreativität heißt, bestehende Teile neu zu kombinieren – disruptive Kombinationen schaffen Neues. Das gilt für Ideen genauso wie für KI.“

Das Projekt zeigte, wie digitale Plattformen für gesellschaftlich relevante Kommunikation genutzt werden können – kreativ, mutig und mit Haltung.

Zusätzlich präsentierten die beiden die einzige österreichische Shortlistarbeit „ROSALILALAND“ für die Wiener Städtische, ebenso aus dem Hause DMB.

Young Lions: Kreativer Nachwuchs im Rampenlicht

Für einen frischen Blick sorgten **Nicole Urban** und **Jan Wenigwieser** von Publicis Media Austria, die Österreich bei der Young Lions Competition in der Kategorie Media in Cannes vertreten haben. Sie berichteten über den intensiven 24-Stunden-Wettbewerb – in diesem Jahr zum Thema Eierstockkrebsforschung – sowie über das enge Timing, die besondere Dynamik des Wettbewerbs und die internationale Vernetzung junger Talente.

Für 2026 planen ORF-Enterprise und CCA erneut eine österreichweite Young Lions Competition – und neu: diesmal in mehreren Kategorien –, um noch mehr jungen Talenten den Weg nach Cannes zu eröffnen.

Ein gelungener Auftakt mit Zukunft

Mit inspirierenden Gesprächen, spannenden Cases und gelebter Kreativität setzte der erste „Cannes Lions Breakfast Club“ ein starkes Zeichen für die österreichische Kommunikationsbranche – ein Auftakt, der Lust auf mehr macht.

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 Streamingplattform ORF ON und 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 der nationalen Auszeichnung ORF-AWARDS. Die Geschäftsführung setzt sich aus Oliver Böhm (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und Heinz Mosser (CFO,

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

Über den Creativ Club Austria

Seit seiner Gründung im Jahr 1972 ist der Creativ Club Austria das Sprachrohr und die Plattform der heimischen Kreativbranche. Mit den CCA-Veneres veranstaltet er den wichtigsten Kreativ-Award des Landes, der Leistungen sichtbar macht und im Dialog mit der gesamten Branche Standards definiert. Zahlreiche CCA-Veneres-Siegerinnen und Sieger wurden mit ihren Arbeiten in der Vergangenheit bei weltweit relevanten Awards wie Cannes Lions International Festival of Creativity, eurobest Festival of European Creativity, ADC*E, Clio oder Golden Drum Festival ausgezeichnet und zeugen von der Leistungsfähigkeit der österreichischen Kreativszene. Der Creativ Club Austria ist Mitglied im Art Directors Club of Europe und bietet seinen über 350 Mitgliedern durch Workshops, Seminare, Veranstaltungen und internationalen Austausch Mehrwert und Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der Branche. Als Vorstandspräsident fungiert **Christian Hellinger** (Scholz & friends) und als Vizepräsidentin **Almut Becvar** (Studio Riebenbauer). Die Geschäftsführung hat **Reinhard Schwarzing** inne. Weitere Informationen auf creativclub.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)

