

Die Löwen sind gelandet

Im Rahmen der Cannes Lions Night, zu der die ORF-Enterprise lud, war es endlich so weit: Cannes-Lions-Sieger Jung von Matt/Donau und Reichl und Partner wurden von 600 Gästen noch einmal gefeiert und durften ihre Trophäen mit nach Hause nehmen

Nachbericht von **Gerlinde Giesinger**

500 Vortragende, fünf Award-Shows, zwei Galas, sieben Young-Lions-Wettbewerbe und vier Löwen für Österreich – rund zwei Monate ist es nun her, das 62. Cannes Lions International Festival of Creativity. Die Freude bei Jung von Matt/Donau, die drei Trophäen in den Kategorien „Press“ und „Outdoor“ für sich beanspruchen konnten, und bei Reichl und Partner, die erstmals einbrachten und gleich einmal einen bronzenen Preis in der Kategorie „Press“ einheimsten, war groß – verständlicherweise, handelt es sich doch um das weltweit wichtigste Kommunikationsfestival.

Diese Freude wurde am 21. August noch einmal angeheizt, als die ORF-Enterprise als offizielle Festival-Repäsentanz zur Cannes Lions Night (vormals: Cannes Rolle) ins Wiener Colosseum XXI lud. Denn: Dort wurden die nach Österreich überstellten

bronzenen Löwen schlussendlich an die glücklichen Gewinner überreicht. Rund 600 Werber, Marketer und Kommunikatoren ließen es sich nicht nehmen, mit den Siegern zu feiern und obendrein die Spots und Kampagnen der Grand-Prix-Gewinner aller Wettbewerbe zu bestaunen.

Löwenstarke Motivation

Rainer Reichl, Geschäftsführer von Reichl und Partner, ist auch zwei Monate später begeistert über den Erfolg: „Der Löwe für List General Contractor in der Kategorie ‚Press‘ freut uns besonders. In Zeiten zunehmender Digitalisierung ist er ein klarer Beweis, dass exzellente Kreation in Printmedien nachhaltig funktioniert und begeistert. Als eine der größten eigentümergeführten Agenturgruppen Österreichs ist der Bronze-Löwe nicht nur ein wunderschöner Erfolg für unser Team, sondern auch ein Ansporn, täglich Bestleistungen in allen Mediengattungen zu bringen!“

Gleich drei Löwen konnte Josef Koinig, Geschäftsführer von Jung von Matt/Donau, für die Smart-fortwo-Kampagne entgegennehmen und meinte: „Mit einer Kampagne gleich in zwei Traditionskategorien zu gewinnen, ist eine grandiose Motivation und ein klarer Beweis, dass unser Momentum crossmedial funktioniert.“

ORF-Enterprise-CEO Oliver Böhm nutzte im Rahmen der Cannes Lions Night die Gelegenheit, um der heimischen

Werbewirtschaft sein Lob auszusprechen: „Die bei der ORF-Enterprise-Cannes-Lions-Night gezeigten Spots sind der beste Beweis für die Strahlkraft von TV-Werbung und belegen, wie sich dieses Genre am Puls der Zeit immer wieder neu erfindet.“

Applaus für den Abräumer

Vielfach – und zwar gleich ganze neun Mal – ausgezeichnet wurde im Rahmen der Cannes Lions 2015 auch

das heimische Magazin *Vanguardist*, betreut von Saatchi & Saatchi Switzerland. Damit ist die Kampagne „The HIV+ Issue“ zwar nur inoffiziell ein österreichischer Sieg, bei der Cannes Lions Night durfte man natürlich dennoch nicht fehlen – und so traten im Rahmen der Veranstaltung die HIV-positiven Protagonisten und Helden der Kampagne ins öffentliche Rampenlicht und erhielten Standing Ovations für ihre Kampagne. •



Reinhard Schwarzwinger (ORF-Enterprise), Josef Koinig (JvM/Donau), Beatrice Cox-Riesenfelder (ORF-Enterprise) und Rainer Reichl (Reichl und Partner).



Doris Christina Steiner und Pepita Adelman (Ketchum Publico) sowie Beatrice Cox-Riesenfelder (ORF-Enterprise) und Thomas Prantner (ORF).



Auf der Bühne wurden die Young Lions (links) ebenso gefeiert wie „The HIV+ Issue“ des Magazins *Vanguardist*. © ORF-Enterprise/Thomas Jantzen (5)