

4

→ **NACH REDAKTIONSSCHLUSS: CANNES LIONS – BRONZENE LÖWENAUSBEUTE**

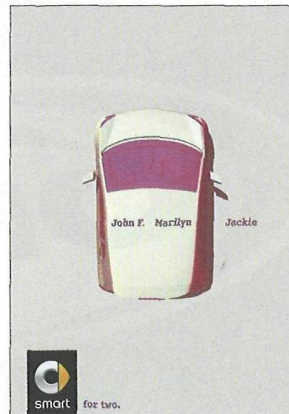
Reichl und Partner und Jung von Matt/Donau schlugen beim Werbefestival an der französischen Côte d'Azur zu.

Gemeinsam holten sie vier der begehrten Statuetten nach Österreich. In der Kategorie „Press“ wurde Reichl und Partner der bronzene Löwe überreicht. Ausgezeichnet wurden die Arbeiten „Explore Your Dreams“, „Be The Tailor Of Your Dreams“ und „Be The Painter Of Your Dreams“ in der Kategorie „Press“ für den Kunden List General Contractor. Jung von Matt/Donau erlegte das Raubtier in Bronze in der gleichen Kategorie mit den Sujets „Smart for Two Snake“, „Smart for Two Yoko“ und „Smart for Two Jackie“ für Smart. Der „Presse“-Grand



Bronze für Reichl und Partner (li.) und Jung von Matt

Prix ging an die Agentur The Community/La Comunidad Miami für die Kampagne „The Buenos Aires Public Bike Sys-



tem“ im Auftrag der Stadt Buenos Aires. In der Kategorie „Outdoor“ legte Jung von Matt/Donau

noch eines drauf: Zwei weitere bronzene Löwen für die Smart-Kampagne. Sie wurden in den Unterkategorien „Billboard & Street Posters“ sowie „Indoor Posters“ der Agentur zuerkannt. Auf die „Outdoor“-Shortlist schaffte es auch Ogilvy & Mather mit „Move your App“ für die Hofer-Eigenmarke „Zurück zum Ursprung“. Für eine Statuette in Raubkatzenform ging es sich allerdings nicht mehr aus. Den Grand Prix in der Kategorie holte TBWA/Media Arts Lab Los Angeles mit Apple für die Kampagne „World Gallery“.