

## Acht Lions für heimisches Magazin

Cannes war vergangene Woche wieder das Mekka der Werbe- und Kreativindustrie. Über 12.000 Besucher pilgerten an die Côte d'Azur zum größten Branchenevent des Jahres, die Jury arbeitete sich durch 40.000 Arbeiten, 1.288 Löwen wurden insgesamt vergeben. Auffällig waren die zahlreichen Auszeichnungen für soziale Kampagnen. Für die österreichischen Agenturen lief es nicht so gut: Nach dem Rekord von elf im vergangenen Jahr kehren sie heuer mit vier bronzenen Löwen heim. Es blieb – wie nach den ersten Tagen – bei drei Trophäen für Jung von Matt/Donau (für Smart) und einer für **Reichel** und Partner (für List General Contractor). Für Furore hingegen sorgten die Österreicher mit „Vanguardist“, dem Magazin „für den progressiven Mann“, das – als erstes Magazin überhaupt – gleich acht Lions abräumte.

Die mit sterilisiertem Blut von HIV-positiven Menschen gedruckte Sonderausgabe hat weltweit über 55 Mio. Menschen erreicht und entstand in Zusammenarbeit mit Saatchi & Saatchi Schweiz.



MIT HERZBLUT. „Vanguardist“ gewinnt mit mutiger Kampagne gegen Stigmatisierung von HIV-positiven Menschen.