



237 Junge wollen Löwen

237 Teams sind der Enterprise mit ‚killerinstinct‘, dem Aufruf für die österreichischen Cannes Young Lions 2011, gefolgt

237 Junge wollen Löwen

Insgesamt sind 237 Teams dem „Call to Action“-Ruf zum diesjährigen Wettbewerb unter dem Motto „killerinstinct“ für junge Kreative gefolgt. Jetzt sind die Young Lions 2011 auf der Zielgeraden. Alle Arbeiten in den Kategorien Cyber, Media, Film und Print sind abgeben. Anfang April gingen mit dem Cyber- und Media-Wettbewerb die ersten beiden Bewerfe der Young Lions Austria Competition über die Bühne. 21 Cyber-Arbeiten und acht Media-Arbeiten sind für den Auftraggeber „VinziRast-Mittendrin“, ein Obdachlosenintegrationsprojekt, abgegeben worden. Die teilnehmenden Cyber-Teams standen vor der Herausforderung, innerhalb von 24 Stunden ein Image-Web-Banner zum Spendenaufruf für das Projekt „VinziRast-Mittendrin“ zu gestalten. Die Media-Teams wiederum mussten innerhalb von 24 Stunden eine komplette Kommunikationsstrategie konzipieren, mit der „Strafverschärfung“, diese dann vor der Media-Jury in Eng-

lisch zu präsentieren. Die VinziRast-Leiterin und -Obfrau Cecily Corti freute sich besonders über den Arbeitseinsatz der Youngsters: „VinziRast-Mittendrin kann neben Finanzspritzen diese Kreativspritze sehr gut gebrauchen.“ Cyber und Media folgten natürlich die Film- und die Print-Kategorie auf dem Fuße. Und so gingen am 8. April der Film- und am 16. April der Print-Wettbewerb über die Bühne.

25 Film-Arbeiten und 105 Print-Arbeiten wurden zeitgerecht abgegeben. In der Filmkategorie traten 45 Teams für den Auftraggeber „Zara“ an. Die Teams mussten innerhalb von 48 Stunden einen 30-Sekunden-Spot produzieren, der zum Ziel hatte, die dringende Notwendigkeit der Arbeit von „Zara – Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit“ für einen gesellschaftlichen Stimmungswechsel hin zu einer „inkluisiven“ Gesellschaft zu vermitteln. In der Printkategorie waren 138 Print-Teams für Auftraggeber „Zipfer“

am Start. Das Motto hier war „Zipfer – Genieße Alkohol mit Verantwortung!“, und die teilnehmenden Print-Teams mussten innerhalb von 24 Stunden ein Anzeigensujet mit der Key Message entwerfen. Die heiß ersehnten Ergebnisse gibt es aber erst am Young Lions Festival Day am 14. Mai 2011 an der Graphischen Wien. Dort werden tagsüber Sessions mit kreativen Vortragenden, zugesagt hat zum Beispiel Super-Fi Gründer und Geschäftsführer Niko Alm, stattfinden. Und auch alle Kreativarbeiten der Young Lions werden heuer ab 14. Mai an der Graphischen rund zwei Wochen lang frei zugänglich ausgestellt sein. Am Abend erfahren die Teilnehmer dann in der Award-Show im WUK, welche vier Teams Österreich bei der internationalen Young Lions Competition 2011 in Cannes vertreten werden. Ausgezeichnet werden neben den kreativen Newcomern auch die Zweit- und Drittplatzierten. Der Abend endet traditionell in einer Party. **lk**