

Omnicom Group Inc.

22.06.2017 - 16:34 Uhr

Agenturen der Omnicom Media Group glänzen in Cannes

OMD zum Mediennetz des Jahres gekürt

Hearts & Science ist einziger mehrfacher Goldpreisträger in der Kategorie Medien

PHD erhält Cyber Grand Prix

Cannes, Frankreich (ots/PRNewswire) - Omnicom Media Group (<http://www.omnicommediagroup.com/>) (OMG), der Geschäftsbereich für Mediendienstleistungen der Omnicom Group Inc. (<http://www.omnicomgroup.com/>) (NYSE: OMC), trat zum ersten Mal mit drei Agenturnetzen beim Cannes Lions International Festival of Creativity an, wobei alle drei Agenturen höchste Auszeichnungen gewannen.

Der Beste in der Gruppe der Besten war OMD Worldwide. Die Agentur wurde zum Mediennetz des Jahres gekürt, nachdem es mit einem goldenen, fünf silbernen und fünf bronzenen Löwen ausgezeichnet wurde sowie 14 Mal in der engeren Auswahl der Kategorie Medien landete.

Nach der erstmaligen Teilnahme in Cannes erlangten Hearts & Science als einziges Netz zwei Goldtrophäen in der Kategorie Medien. Im Endergebnis hatte die Agentur zwei Goldlöwen, einen Silberlöwen und kam fünf Mal in die engere Auswahl mit nur 14 Einreichungen, was eine Conversion-Rate von 30 Prozent beim Einreichung-Shortlisten-Verhältnis und 60 Prozent beim Shortlisten-Sieg-Verhältnis ergibt.

PHD vervollständigte die Preissammlung des Siegers mit mehreren Auszeichnungen außerhalb der Medien-Kategorie. So erhielt die Agentur z. B. eine Goldtrophäe bei Printmedien und den Cyber Grand Prix.

OMDs Netz ist Netz des Jahres

OMD erhielt 11 Löwen in der Kategorie Medien in einem breiten Spektrum an Kundenkategorien - z. B. Automobilbranche, Lebensmittel & Getränke, Gemeinnützige Tätigkeiten, Einzelhandel und Technik - und allen Regionen der Welt:

- Ein GOLDENER LÖWE in der Unterkategorie "Excellence in Media Planning" ging an MANNING GOTTLIEB OMD für "NO ONE SHOULD HAVE NO ONE" (AGE UK)
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Real-Time Data" ging an OMD SINGAPORE für "Restaurant Capacity Based Advertising for McDelivery" (MCDONALD'S)
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "A Data Driven Targeting" ging an MANNING GOTTLIEB OMD für "No One Should Have No One" (Age UK)
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "A Cars & Automotive Products & Services" ging an OMD Dubai für "Camelpower Automotive" (NISSAN)
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "Media & Publications" ging an OMD UK für "Channel 4 Paralympics" (PARALYMPICS CHANNEL 4) Silberner Löwe
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Integrated Media" ging an OMD UK für "Channel 4 Paralympics" (PARALYMPICS | CHANNEL 4)
- Ein BRONZENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform" ging an OMD USA für "Serena Match Point" (GATORADE /PEPSICO)
- Ein BRONZENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of TV" ging an OMD DOMINICANA für "Equalitv International Women's Day" (LA SIRENA)
- Ein BRONZENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform" ging an OMD USA für "Super Bowl Drones Half Time Show" (INTEL)
- Ein BRONZENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Other Screens" ging an MANNING GOTTLIEB OMD für "Spring Waitrose" (WAITROSE)
- Ein Löwe in der Unterkategorie "Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform" ging an MANNING GOTTLIEB OMD für "Buster the Boxer" (JOHN LEWIS)

Hearts & Science erlebt überwältigendes erstes Jahr

Hearts & Science konnte mit einer Kampagne punkten, die bereits von Super-Bowl-Zuschauern zum Favorit gewählt wurde. Die 14 Monate alte Agentur erhielt folgende Auszeichnungen in Cannes:

- Ein GOLDENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform" für "Bradshaw Super Bowl Stain" (TIDE| P&G |)
- Ein GOLDENER LÖWE in der Unterkategorie "Use of Events" für Bradshaw Super Bowl Stain (TIDE/P&G)
- Ein SILBERNER LÖWE in der Unterkategorie "Excellence in Media Execution" für Bradshaw Super Bowl Stain (TIDE/P&G)

Neben den Auszeichnungen in der Kategorie Medien gewann PHD den Cyber Grand Prix (zusammen mit Droga 5) für die witzige und originelle Werbekampagne "Did you mean MailChimp?", bei der ähnliche Firmennamen des E-Mail-Marketing-Anbieters als Inspiration für Filme und interaktive Elemente genutzt wurden.

Über die Omnicom Media Group

Die Omnicom Media Group (<http://www.omnicommediagroup.com/>) (OMG) ist der Geschäftsbereich für Mediendienstleistungen der Omnicom Group Inc. (<http://www.omnicomgroup.com/>) (NYSE: OMC), dem führenden globalen Unternehmen für Werbung, Marketing und Unternehmenskommunikation. Es stellt über 5.000 Kunden in mehr als 100 Ländern seine Dienstleistungen zur Verfügung. Zur Omnicom Media Group gehören die umfassenden Mediennetzwerke OMD, PHD und Hearts & Science, die globale Plattform für Datenerhebung und -analyse Annalect, Resolution Performance Media sowie eine Reihe von Unternehmen aus den Bereichen Spezialmedien und Kommunikation.

Kontakt:

Isabelle Gauvry
917-435-6457

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011425/100804064> abgerufen werden.