



© Panthermedia.net/Michaya Klaying-Angsulee



Auch heuer findet wieder am 23. & 24. Mai das Prager Werbefestival statt; Jury-präsident ist Fadi Yaish.

wird die Arbeiten in zwei Runden bewerten. Short Lists werden Mitte Mai veröffentlicht, und die endgültigen Ergebnisse werden auf der PIAF-Gala-Nacht am 24. Mai bekannt gegeben. Alle Werbekampagnen aus dem Zeitraum 1. April 2016 bis 1. Mai 2017 können eingereicht werden.

Neben den Standardkategorien wird die Jury auch Arbeiten von Influencern beurteilen, die das weltweite Image der Tschechischen Republik in Zusammenarbeit mit CzechToursim unterstützen.

Thema Sportsponsoring

Beim PIAF-Wettbewerb können auch Studenten mitmachen, deren Arbeit jedoch das Publikum bewerten wird. „Wir sehen die Werbung hinter allem“, so das Motto des studentischen Wettbewerbs. Viele PIAF-Juroren halten auch Vorträge bei der Fachkonferenz, die vor der Gala bereits am 23. und 24. Mai stattfindet. Dieses Jahr steht auch das Thema Sportmarketing und Sponsoring im Fokus. Ein Schwerpunkt wird auch die Zusammenarbeit mit Influencern sein, wo man in Workshops über virtuelle Realität und Verhaltensökonomie diskutieren wird.

www.piafawards.com

„Splitten ist out“

Am 24. Mai 2017 findet die große Gala als Abschluss des Prague International Advertising Festival (PIAF) statt.

PRAG. Zum achten Mal hat das Prague International Advertising Festival (PIAF) die Namen der Jury-Mitglieder veröffentlicht, die dieses Jahr von Fadi Yaish (Regional Executive Creative Director von Impact BBDO Dubai) geführt wird.

Unter den elf Juroren aus zehn Ländern finden sich Creative Directors aus der deutschen Heimat, der italienischen Publis, der Agentur Imbrax aus Chile

oder der russischen BBDO. Mit dabei ist auch Lester Tullet (Kaspen/Jung von Matt), der von ADC Czech nominiert wurde.

„PIAF unterscheidet sich von anderen Kreativitätswettbewerben nicht nur durch Anzahl und Art der Kategorien, aber auch in der Art der Bewertung. Die Jury entscheidet über jede Arbeit in allen Kategorien, was ermöglicht, den Wettbewerb auf hohem und ausgewogenem Ni-

veau zu halten. Der Wettbewerb würdigt Kreativität in Marketing, klassischer Werbung, PR, Medienstrategie oder digitalen Veranstaltungen. Der Trend, alle Kanäle miteinander zu mischen, hat sich als richtig erwiesen. Kategorien nach Medientypen zu splitten, ist längst out“, so Marek Hlavica, managing director PIAF.

Zur diesjährigen Jury gehören Experten aus zehn Ländern, vom Nahen Osten bis Chile. Diese

Publikumserfolge

4,5 Mio. Euro für 19 neue ORF-Kinofilmprojekte.

WIEN. Mit über 50.000 Besucherinnen und Besuchern allein am Startwochenende avancierte Josef Haders vom ORF im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens kofinanzierte „Wilde Maus“ nach dem Berlinale-Hype zum erfolgreichsten Kinostart seit „Poppitz“ im Jahr 2002.

Aber auch für die gesamte Filmbranche gibt es good news: Für insgesamt 19 neue Kino-

produktionen – acht Spiel- und elf Dokumentarfilme – wurde nun der Grundstein zur Realisierung gelegt: Bei den 169. und 170. Sitzungsterminen der Gemeinsamen Kommission von ORF und Österreichischem Filminstitut wurden insgesamt rund 4,5 Mio. € Projekt- und Innovationsförderung im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens zugesagt. (APA)



© APA/Hans Klaus Tschert

Vom ORF kofinanziert und vom Publikum geliebt: Haders „Wilde Maus“.