

# Euro RSCG Worldwide

---

28.06.2005 - 11:28 Uhr

## Euro RSCG gewinnt 15 Löwen in Cannes

New York (ots/PRNewswire) -

- Agentur fängt 10 Cyber-Löwen ein
- Erster Titan-Löwe für Integriertes Marketing krönt beste Leistung aller Zeiten

Euro RSCG Worldwide erzielte beim International Advertising Festival 2005 in Cannes mit 15 Löwen sein bestes Ergebnis aller Zeiten - 2 goldene Löwen, 5 in Silber, 7 in Bronze sowie den ersten Titan-Löwen für Integriertes Marketing überhaupt.

Höhepunkte der Vorstellung der Agentur:

- Euro RSCG gewann 10 Cyber-Löwen. Euro RSCG 4D Brazil, der Marketingname des Unternehmens, gewann allein 5 Cyber-Löwen und wurde zum Zweitplatzierten bei der Wahl zur "Interactive Agency of the Year" benannt.
- Euro RSCG's Fuel Europe Amsterdam gewann Gold, Silber, Bronze und den ersten Titan-Löwen, der je für Integriertes Marketing vergeben wurde und zwar alle für seinen Kunden Volvo. Die Werbekampagne für Volvo's "Life on Board Project", die den Titan-Löwen gewann, vermittelt die zielstrebige Einstellung des Unternehmens, Autos für reelle Personen zu bauen, die sich den realen Herausforderungen des täglichen Leben stellen. Das Werbeprojekt, bei dem weder Schauspieler, Drehbücher, Spezialeffekte noch Stunts eingesetzt wurden, zeigt in sieben Einstellungen, wie sich ganz normale Leute, die in einem Volvo fahren, über das Leben als solches unterhalten. Eine Volvo-Website hat das gesamte Projekt gehostet, das ausserdem auf einer PDA-Microsite, DVDs in der überregionalen Presse sowie im Bordkino bei Flügen zu sehen war. Offline-Aktivitäten lenkten weitere Aufmerksamkeit auf das Projekt.
- Euro RSCG London's Fernseh-Werbespot für den Citroen C4, der unter dem Namen "Carbot" lief, erhielt einen Bronze-Löwen. Bei diesem Werbespot erwacht das Auto, das vor elektronischer Technologie nur so strotzt, als Autoroboter zum Leben und vollführt unglaubliche Hip-Hop-Tanzbewegungen. Die Werbung wurde von der Kritik hoch gelobt und wurde übereinstimmend als eine der beliebtesten Anzeigen in Grossbritannien eingestuft.
- Euro RSCG Flagship Thailand gewann einen silbernen TV-Löwen sowie einen silbernen Presse-Löwen und baute damit seine grossartige Erfolgssträhne als einer der dynamischsten kreativen Neulinge Asiens weiter aus.

Jim Heekin, Chairman und CEO von Euro RSCG Worldwide, sagte: "Unsere Vorstellung bei Cyber Lions unterstreicht die Tatsache, dass Euro RSCG 4D nicht nur eines der grössten digitalen und direkten Netzwerke der Welt ist, sondern auch eine schöpferische Kraftquelle, die im interaktiven Raum aufgetaucht ist."

"Die Arbeit, die wir für Volvo im Integrierten Marketing geleistet haben, und die mit dem Titan-Löwen ausgezeichnet wurde, stellt unseren "Creative Business Ideas(R)" ein hervorragendes Zeugnis aus und demonstriert, wie eine Marke durch ein ganzes Kommunikationsspektrum hindurch aufgebaut werden kann."

Euro RSCG Worldwide, eine führende Kommunikations-Agentur für Integriertes Marketing, verfügt über 233 Geschäftsstellen in 75 Ländern in Europa, Nordamerika, Lateinamerika und im Raum Asien/Pazifik. Euro RSCG bietet seinen Kunden weltweit sowie auf regionaler und lokaler Ebene Dienste im Werbebereich, Marketingwesen und Firmenkommunikationsbereich sowie interaktive Lösungen an. Zur Kundenliste des Unternehmens zählen Airbus, Air France, Aventis, BNP Paribas, Capgemini, Charles Schwab, Danone Group, Jaguar, LVMH Louis Vuitton, MCI, Polaroid, PSA Peugeot Citroen, Reckitt Benckiser und Volvo. Euro RSCG Worldwide hat seinen Hauptsitz in New York und ist

die grösste Gruppe von Havas, dem weltweit führenden Konzern im Kommunikationsbereich (Nasdaq: HAVS - Euronext Paris SA: HAV.PA).

Pressekontakt:

Owen Dougherty  
Chief Communications Officer  
Euro RSCG Worldwide  
+1-212-886-2084  
owen.dougherty@eurorscg.com

Website: <http://www.eurorscg.com>

Pressekontakt:

Owen Dougherty, Chief Communications Officer, Euro RSCG Worldwide,  
+1-212-886-2084, owen.dougherty@eurorscg.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006230/100492519> abgerufen werden.