

PRESSEMITTEILUNG

Cannes Lions:

Havas Kreativduo gewinnt Cannes Young Lions Live Award

Düsseldorf, 01. Juli 2020 – **Das Havas Düsseldorf Kreativduo Daniel Azar und Hendrik van Amstel hat sich mit seiner Kreatividee „[Give a Third](#)“ beim jährlichen Junior Wettbewerb der Cannes Lions gegen fast 1.000 Einreichungen durchgesetzt.**

Auch wenn die Cannes Lions 2020 der Corona Krise als Live Event zum Opfer fielen, wurde der [Cannes Young Lions Wettbewerb](#) durchgeführt, um die besten jungen Kreativen oder Kreativ-Duos im Alter zwischen 18 und 30 Jahren auszuzeichnen. Dieses Jahr war die humanitäre Organisation UNWFP (United Nations World Food Programme) der Auftraggeber und suchte nach einer Lösung zur Bewusstseinschärfung der weltweiten Lebensmittelverschwendung. Das Briefing forderte eine Kreatividee, die Menschen dazu ermutigt, weniger Nahrungsmittel zu verschwenden und gleichzeitig dazu beiträgt, den Welthunger zu bekämpfen.

Nach Ansicht der hochkarätigen Jury hat das Düsseldorfer Art-Gespann Daniel Azar und Hendrik van Amstel die Herausforderung am besten gemeistert, indem sie ein einzigartiges Geschirr-Set entwarfen, bei dem ein Drittel der Fläche ausgespart ist – eben so viel, wie tagtäglich an Essen weggeworfen wird. Dabei visualisiert das Konzept nicht nur diese erhebliche Verschwendung auf eine greifbare, anschauliche Art und Weise. Es sensibilisiert gleichermaßen für den Missstand und bietet obendrein die Möglichkeit, über eine kurze, auf das Geschirr gedruckte Anleitung direkte Spenden via SMS zu senden, die der Hilfsarbeit des UNWFP zugutekommen. Als möglichen Kooperationspartner brachte das Team IKEA mit ins Spiel.

„Der Young Lions Live Award zeichnet unter gleichen Bedingungen die besten jungen Talente auf der ganzen Welt aus – es ist ein unglaublicher und dabei verdienter Erfolg für Daniel und Hendrik. Wir sind stolz, diese beiden Talente in ihrem Werdegang zu begleiten und zu unterstützen“, sagt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany.



Havas ist eine kreative Kommunikationsagentur, die alle Disziplinen des modernen Marketings bedient. Unsere Zielsetzung ist einfach formuliert, aber herausfordernd – und identisch für alle Havas Agenturen im globalen Network: „Our mission is to make a *meaningful difference* to brands, businesses and people”.

Im Zeitalter abnehmender Werte (Havas Studie „The Future of Trust“), „Fake News“ und steigendem Zynismus der Menschen gegenüber Werbung, haben es Marketer und Agenturen mit ganz neuen Herausforderungen zu tun. Unsere Überzeugung ist es, dass Marken eine Haltung einnehmen müssen, um die Menschen nachhaltig zu erreichen.

Havas ist das einzige unabhängige globale Agentur-Network.

Havas glaubt an das Village Modell, die konsequente Integration von Creative, Media & Content.

Havas ist Teil von Vivendi und somit eng verzahnt mit den Schwesterunternehmen Universal Music, Gameloft und StudioCanal.

Pressekontakt

Marie Euler

Senior Corporate Communications Manager

Havas Germany

Tel: +49 211 9916 - 305

Email: marie.euler@havas.com

Web: de.havas.com