



STATEMENT DER JURY

Nachhaltigkeit und Authentizität, zwei eher ideologiebehaftete Kommunikationsziele des Auftraggebers REWE, wurden in dem Konzept „Streetlife“ mit einem Augenzwinkern und viel Blick fürs Detail umgesetzt. Unaufgeregt und konsequent, humorvoll und charmant so das Votum der Jury zu Bars aus Palettenstapeln, Suppen in Dosen, Brot in Papiertüten und Servicepersonal in Jeans und Strickmütze. Insgesamt ein Konzept, das perfekt umgesetzt worden war und deshalb 100 % ungekünstelt wirkte.