

Begründung zur Entscheidung der Fachjury
Wettbewerb: spotlight Hauptwettbewerb
Kategorie: web & mobile

Silber für "Textilblindheit"

Von diesem Kunden ist man andere Werbung gewöhnt. Man fragt sich sogar, ob der Spot tatsächlich von OTTO oder etwa einem spitzbübischer Hobbyfilmer gemacht ist. Der Film zeigt wie man mit wenig Budget und viel Kreativität im Netz ungewöhnliche Werbefilme verbreiten kann.

Bronze für "Ampel"

Ohne das Objekt der Begierde überhaupt zu zeigen wird eine wunderbare Geschichte erzählt. Wie sich die Bürger von "Sancta Agata Bolognese" auf ihre heimische Sportwagenindustrie einstellen. So kurz und knackig; präzise erzählt kann Werbung sein.

Bronze für "Tröte"

Ein Volkswagen ist fürs Volk und das Volk versteht Spaß. Hier wird Fahrspaß und Fahrdynamik gezeigt, eben ohne die gewohnten und abgedroschenen Fahrscenen. Er durchbricht die Norm der Fernsehwerbung und ist ein Musterbeispiel für das kreative Potential im viralen Marketing.