



Pressemitteilung

Berlin, 22. Juni 2018

Goldener Löwe für BVG-Sneaker

Die BVG lief gestern Abend als strahlende Gewinnerin über den roten Teppich in Cannes. Denn auf dem Cannes Lions International Festival of Creativity räumte der adidas-Sneaker im U-Bahn-Sitzmusterdesign mit eingenähtem Jahresticket gleich mehrfach ab. Der goldene Löwe in der Kategorie „Direct“ (Direct Marketing) im Bereich „Travel“ ging an die BVG und die Agentur Jung von Matt/Saga, die für Idee und Umsetzung verantwortlich war. Zwei bronzene Löwen rundeten diesen Erfolg des BVG-Sneakers ab.

Der auf 500 Stück limitierte Schuh entfachte Anfang 2018 einen Hype in der Sneaker-Community, sorgte damit international für Aufsehen in der Presse und trug in Berlin zum positiven Image der BVG bei. Das überzeugte die Jury des Cannes Lions International Festival of Creativity. Dieses ist die weltweit bekannteste Veranstaltung der Werbebranche und gilt als Pendant zu den Oscars in der Filmbranche.

**Berliner
Verkehrsbetriebe (BVG)**
Anstalt des
öffentlichen Rechts
Holzmarktstraße 15–17
10179 Berlin
Tel. +49 30 256-0
www.BVG.de

Pressekontakt
BVG-Pressestelle
Tel. +49 30 256-27901
Fax +49 30 256-28602
pressestelle@bvg.de

Pressesprecher
Petra Reetz
Markus Falkner
Jannes Schwentu

