

# In 80 Varianten zur Werbebotschaft

Content Garden hat für FCA eine Kampagne entwickelt, die dem Kunden genau jene Inhalte zeigt, mit denen er sich gern beschäftigt.

... Von Oliver Jonke



© content garden technologies

Schon im vergangenen Jahr ist Content Garden als Gewinner des Best of Content Marketing (BCM)-Sonderpreises für Innovationen aufgefallen; prämiert wurde das Projekt „Fiat Dynamic Advertorial Check“. Die österreichische Agentur konnte

sich, wie auch medianet berichtete, gegen immerhin über 780 Einreichungen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum durchsetzen.

Beim diesjährigen Golden Award of Montreux, International Advertising Festival, konnte Content Garden-CEO Lucas

Schärf nun gleich zwei Finalist Awards für die Agentur entgegennehmen.

Ein guter Anlass, um mit Schärf und Auftraggeber Christian Schneider, Digital Marketing Manager bei FCA Fiat Chrysler Automobiles Austria, ein Gespräch zu führen.

**medianet:** Herr Schärf, Sie haben schon wieder gewonnen. Zwei Finalist Awards beim Werbefestival in Montreux – als eine von nur drei österreichischen Kampagnen. Herzlichen Glückwunsch! Wie lässt sich die Grundidee dieser Kampagne am besten beschreiben?