**Innovative Marketingstrategie von Fiat gewinnt den „Grand Prix 2018“**

*Hauptpreis beim renommierten italienischen Branchenwettbewerb geht an Kampagne rund um den 60. Geburtstag des Fiat 500. Aus drei Elementen bestehendes Projekt siegt außerdem in der Kategorie „Leader-Evergreen“. Die Rolle von Frauen in der Historie des Automobils zeigendes Video „Fiat 500 Missing Parts“ gewinnt Kategorie „Leader-Flexible“, wird mit „New York Festivals Special Award 2018“ ausgezeichnet.*

Wien, im Mai 2018

Fiat hat vier Auszeichnungen beim „Grand Prix Advertising Strategies“ erhalten, einem renommierten Branchenwettbewerb für Marketing und Werbung in Italien. Der Hauptpreis „Grand Prix 2018“ ging an die innovative Marketingstrategie rund um den 60. Geburtstag des Fiat 500, der 2017 gefeiert wurde. Diese Kampagne wurde außerdem zum Sieger in der Wettbewerbskategorie „Leader-Evergreen“ gekürt. Ein zum Internationalen Frauentag produziertes Video, das die Rolle der Frau als Erfinderinnen von Automobiltechnologie zum Thema hat, wurde ebenfalls mit zwei Preisen bedacht. Der Clip „Fiat 500 Missing Parts“ wurde als Sieger in der Kategorie „Leader-Flexible“ ausgezeichnet und erhielt darüber hinaus den Sonderpreis „New York Festivals Special Award 2018“.

Fiat feierte den 60. Geburtstag des historischen Fiat 500, der 1957 in Turin Weltpremiere hatte, im vergangenen Jahr mit einer aus drei Elementen bestehenden Marketing- und Werbekampagne. Star eines von der Agentur Leo Burnett mit Regisseur Ago Panini realisierten Videos ist Adrien Brody. Der Schauspieler, für die Hauptrolle in Roman Polanskis „Der Pianist“ mit dem Oscar® ausgezeichnet, erlebt in „See you in the Future“ eine Zeitreise aus den 1950er Jahren in die Gegenwart. Die Verbindung stellen ein historischer Fiat 500 und das 2017er Sondermodell Fiat 500 Anniversario dar, das Fiat aus Anlass des 60. Geburtstages des ikonischen Automobils auf den Markt brachte. Zweites Element war die „Fiat 500 Forever Young Experience“, in deren Rahmen Fiat in München, Madrid und Cannes die Ära des „Dolce Vita“ wieder aufleben ließ. Dazu wurden ganze Straßenzüge – in München der Wiener Platz – mit zeitgenössisch kostümierten Schauspielern, aufwendiger Dekoration und Oldtimern in die 1950er Jahre versetzt. Dritter Baustein der Kampagne war das spektakuläre Video „Fiat 500 – 60th Anniversary“ des britischen Animationskünstlers Cyriak Harris, einem Meister der surrealen und bizarren Bildsprache.

Dieser unterschiedliche Aktionsfelder umfassende Ansatz wurde von der Jury des „Grand Prix Advertising Strategies“ mit dem Gesamtsieg „Grand Prix 2018“ und dem ersten Platz in der Kategorie „Leader-Evergreen“ gewürdigt.

Das beim „Grand Prix Advertising Strategies“ ebenfalls preisgekrönte Video „Fiat 500 Missing Parts“ zeigt, wie ein Fiat 500 aussehen würde ohne die Komponenten, deren Entwicklung von Frauen maßgeblich beeinflusst wurden. Prominentestes Beispiel aus der Reihe dieser in ihrer Rolle als Erfinderin weitgehend unbekannten Frauen ist Hedy Lamarr (1914 – 2000), weltbekannte Schauspielerin und aus privatem Interesse an der Grundlagenforschung zur heutigen GPS-Technologie beteiligt.

Der von der Agentur Leo Burnett produzierte Videoclip erhielt den ersten Preis in der Kategorie „Leader-Flexible“ und wurde von einer Jury von US-amerikanischen Agenturbesitzern und Kreativdirektoren mit dem Sonderpreis „New York Festivals Special Award 2018“ bedacht.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Andreas Blecha

Public Relations Manager

Fiat Chrysler Automobiles Austria GmbH

Schönbrunner Straße 297 - 307, 1120 Wien

Tel: +43 1 68001 1088

E-Mail: [andreas.blecha@fcagroup.com](mailto:andreas.blecha@fcagroup.com)

Fiat Presse im Web: [www.fiatpress.at](http://www.fiatpress.at)