

## C3 setzt für Bosch Home and Garden den Zamo in Szene

Berlin, 19.11.2019 – Power-Kampagne für ein Power-Tool: C3 Creative Code and Content schafft mit einer Multichannel-Kampagne steigende Awareness für den Laser-Entfernungsmesser Zamo von Bosch Home and Garden.

C3 konzipierte für die Markteinführung der dritten Generation des Zamo eine europaweite Awareness-Kampagne, die durch ein verzahntes Gesamtpaket aus multimedialen Content- und Werbeformaten Wirkung entfaltet.

Für die Kampagne setzt C3 auf gleichermaßen authentisches wie emotionales Storytelling. Leitidee dahinter: Die emotionale Verbildlichung von realen oder vorgestellten Entfernungen – im Alltag echter Menschen. Die Agentur kreiert die Inhalte für alle relevanten Kommunikationskanäle von Bosch Home and Garden, vom TVC über Print-Anzeigen und Out-Of-Home bis hin zu Social Media und Display-Ads. Flaggschiff ist ein 30-Sekunden TV-Spot.

Die Kampagne wird von C3 Stuttgart verantwortet. C3 Motion in München und Berlin übernahm die Produktion des Spots sowie der Cut-Downs.

„Das Kampagnenkonzept hat uns überzeugt, weil es den faktischen Produktnutzen des Zamo mit emotionalem Storytelling belegt. Wir freuen uns, dass wir bereits einen deutlichen Awareness-Boost erkennen können“, sagt Hendrik Hesse, Director User Marketing bei Robert Bosch Power Tools GmbH.

Karsten Krämer, C3-Geschäftsführer und Group COO: „Seit dem Pitchgewinn im Sommer 2018 betreuen wir für Bosch Home and Garden das gesamte Content und Social Media Marketing. Mit der Zamo-Kampagne konnten wir zeigen, dass C3 nicht nur wirksamen Content für die Always-on-Kommunikation entwickeln sondern auch Kampagnen-Highlights für den Produkt-Launch setzen kann.“

### Pressekontakt:

Yasmine Sailer

Director Marketing & Communications

Tel.: +49 89 207004 1068

E-Mail: [yasmine.sailer@c3.co](mailto:yasmine.sailer@c3.co)

Web: [www.c3.co](http://www.c3.co)