

BRONZE FÜR: KIA – DER NEUE KIA E-NIRO

41

CASE FILM



EFFIE 2020

Robert De Niro machte neugierig auf elektrische Antriebssysteme



PUNKTE

ERST E-MOBILITY ETABLIEREN

KATEGORIE Gebrauchsgüter powered by GIS



83 Prozent der potenziellen AutokäuferInnen überlegen sich ein E-Auto zu kaufen. Aber nur zwei Prozent tun es tatsächlich. Dieser Insight ist die Basis für den Launch des neuen KIA E-Niro in Österreich.

Die Schwierigkeit der Kampagne bestand darin, neben der Einführung des neuen KIA E-Niro auch Verständnis für die Kategorie an sich zu schaffen. Dafür wurde eine besondere Zielgruppe fokussiert: die Efficient Strivers, die Innovationen rasch annehmen und Vorbilder für andere Zielgruppen sind.

KONVERSATION ANREGEN

Die Strategie setzte auf TV und Online-Video als Awareness-Kanäle, eine Reihe

an Online-Performance-Platzierungen sowie auf Social Media, um die Konversation über den neuen E-Niro anzuregen. Gleichzeitig sorgte ein E-Mobility-Hub für ausreichend Informationen zum Thema elektrische Antriebssysteme. Robert De Niro als Kampagnen-Testimonial erreichte die nötige Aufmerksamkeit. Alle 300 für Österreich vorgesehenen Modelle waren noch während der Kampagne ausverkauft!

JURYBEGRÜNDUNG

Smarte Kampagne, der es mit Witz, einem aufmerksamkeitsstarken Testimonial und einem gut durchdachten Mediamix gelungen ist, die Zielgruppe erfolgreich anzusprechen und das gesetzte Ziel zu erreichen.



CREDITS & FACTS
Auftraggeber
Kia Austria
Ansprechpartner
Bernhard Brückl
Agentur
Digitalwerk
Kontakt
Daniel Pfeffer

Mediaagentur
Havas Media Austria
Schaltzeitraum
1.1.2019 bis 30.4.2019
Mediamix
Online-Display, Search
Engine Marketing, Social
Media, TV