

KIA EV2

BRANCHE

Automotive · Elektromobilität

ZEITRAUM

Launch 2026

01 CHALLENGE

Zwei Zielgruppen, ein Launch

Zum Marktstart des Kia EV2 galt es, zwei sehr unterschiedliche Käufergruppen — Timeless Trendsetter (25+) und die kaufstarke Generation 50+ — in den Metropolen Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin aufmerksamkeitsstark zu erreichen und Reichweite in echte Consideration zu überführen.

02 SOLUTION BY SOD

Big Screens trifft gezieltes Retargeting

SoD inszenierte den EV2 auf den reichweitenstärksten Big Screens der vier Metropolen — ergänzt um Premium-DCLP-Flächen. Wer das Motiv über DOOH gesehen hatte, wurde anschließend per Multiscreen Floating Ad im Display gezielt erneut angesprochen.

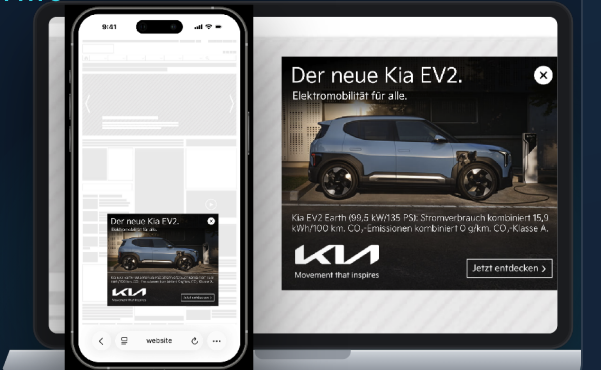
- ◆ **ICONIC BIG SCREENS** Public Video Giant (HH), KöVision (D), Motion Cube MAX am Stachus (M), The Green & East Side (B).
- ◆ **CROSS-DEVICE RETARGETING** Multiscreen Floating Ad spricht gezielt an, wer das Motiv zuvor über DOOH gesehen hat.
- ◆ **PRÄZISES TARGETING** Timeless Trendsetter (25+) und die kaufstarke Generation 50+ in einer Kampagne.



2 RETARGETING

Multiscreen Floating Ad

DESKTOP & MOBILE



03 ERGEBNIS

Die Kampagne in Zahlen

14,2 Mio

BRUTTOKONTAKTE DOOH

+28%

UPLIFT WERBEERINNERUNG

3,1x

CTR VS. DISPLAY-BENCHMARK