

Hyundai Inster: „Are you in?“

Mit einer groß angelegten Werbekampagne begleitet Hyundai die Markteinführung des Inster. Sie steht unter der Überschrift „Are you in?“. Das kleine Elektroauto mit dem variablen Innenraum wird in Deutschland zu Preisen ab 23.900 Euro angeboten.

Die europaweite Kampagne spricht vor allem die jüngere Zielgruppe der unter 30-Jährigen, die so genannte Generation Z, an, die das Fahrzeug als Lifestyle wahrnehmen soll. Aber es werden bewusst auch andere Generationen mit einbezogen. Zudem setzt Hyundai auf „Koreaness“, wie sie mit K-Pop, K-Food oder K-Beauty bereits in vielen Bereichen zum Ausdruck kommt.

Die mit der Agentur Serviceplan entwickelte Kampagne ist in Deutschland bundesweit als reichweitenstarke 360-Grad-Kommunikation angelegt. Die jüngere Zielgruppe wird dort angesprochen, wo sie überwiegend unterwegs ist, in den sozialen Medien – von Instagram und Tiktok über YouTube und Joyn bis hin zu Spotify. Online-Displays sind auf Kanälen wie Amazon oder mobile.de zu sehen. Um weitere potenziellen Kundengruppen zu erreichen, werden TV-Spots ausgestrahlt und Kinowerbung genutzt. Für das Fernsehen wurde eigens ein Song komponiert, bei dem die Koreanerin Sogumm und der DJ Seinfeld zusammengearbeitet haben. (aum)

Bilder zum Artikel



Hyundai Inster.

Photo: Hyundai via Autoren-Union Mobilität



Hyundai Inster.

Photo: Hyundai via Autoren-Union Mobilität



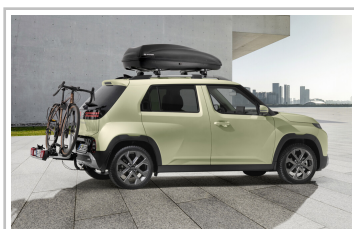
Hyundai Inster.

Photo: Hyundai via Autoren-Union Mobilität



Zubehörprogramm für den Hyundai Inster.

Photo: Hyundai via Autoren-Union Mobilität



Zubehörprogramm für den Hyundai Inster.

Photo: Hyundai via Autoren-Union Mobilität
