

Kia richtet sich an junge Autofahrer

Kia hat eine neue internationale Markenkampagne gestartet, die sich gezielt an junge Kunden, die noch nicht lange Autofahrer sind und die in anderen Bereichen ebenfalls am Start ins Erwachsenenleben stehen, richtet. Dies kommt auch in dem bewusst doppeldeutigen Motto „Gear Up“ zum Ausdruck - es bedeutet „in einen höheren Gang schalten“ und zugleich „sich für etwas bereit machen“. Den Mittelpunkt der reinen Online-Kampagne bilden Videos, die vor kurzem in Barcelona entstanden sind.

Der koreanische Autobauer hat 13 junge Autofahrer aus der ganzen Welt für vier Tage in die katalanische Metropole eingeladen, wo sie Erfahrungen am Steuer von Kia-Modellen sammeln konnten - bis hin zu Schleudertests auf der Rennstrecke unter Anleitung eines Rallyeprofis. Dies hat Kia in insgesamt vier Videos dokumentiert. Das erste startet jetzt in verschiedenen Online-Kanälen und zudem auf einer speziellen Kampagnen-Website (www.kia.com/de/brandcampaign). (ampnet.net)

Bilder zum Artikel



Kia-Kampagne „Gear Up“.



Kia-Kampagne „Gear Up“.
