Kia präsentiert sich bei den Australian Open

Kia sponsert in diesem Jahr zum 20. Mal die Australian Open (bis 21.2.2021). Als exklusiver Hauptpartner des Tennisklassikers in Melbourne übergab Kia am Vortag der Eröffnung die Turnierflotte von 130 Fahrzeugen. Kia nutzt die Veranstaltung auch, um das neue Marken-Logo und den Slogan „Movement that inspires“ (Bewegung, die inspiriert) zu präsentieren. In den weltweiten Fernsehübertragungen ist das Kia-Logo durch virtuelle Projektionen unter anderem auch auf dem Netz oder dem Spielfeld zu sehen (ausgenommen Australien, Neuseeland und Amerika).

Kia begleitet die Australian Open zudem mit einer Reihe von Online-Aktivitäten. Im Mittelpunkt steht dabei die Kampagne „Make Your Move“, bei der Fans auf Social-Media-Plattformen virtuelle Tennismatches gegen Kia-Markenbotschafter Rafael Nadal spielen können. Auch vor Ort im Grand-Slam-Oval ist die Marke digital präsent: mit dem „Kia-Morphia“, einem zwölf Meter breiten und 2,60 Meter hohen digitalen LED-Würfel, auf dem neben Logo und Slogan der Marke die Modellpalette zu sehen ist.

Mit der Einführung des neugestalteten Logos und des neuen Markenslogans hat Kia im Januar die Neuausrichtung der Marke hin zu einem Anbieter von innovativen, nachhaltigen Mobilitätslösungen eingeleitet. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel

Kia unterstützt die Australian Open mit einer Flotte von 130 Fahrzuegen (von links): James Cho, Präsident von Kia Motors Australia, die Tennisspieler Dylan Alcott (im Rollstuhl spielend) und Nick Kyrgios sowie Turnierdirektor Craig Tilley.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia

Kia unterstützt die Australian Open mit einer Flotte von 130 Fahrzeugen. Bei der Übergabe mit dabei waren die australischen Tennisstars: Nick Kyrgios und der im Rollstuhl spielende Dylan Alcott.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia