

Kia veranstaltet Torwandschießen auf Facebook

Bis zu 70 000 Besucher können beim Kia-Fan-Fest auf dem Hamburger Heiligengeistfeld die Spiele der Fußball-Europameisterschaft auf einer 90 Quadratmeter großen LED-Leinwand live miterleben. Ab dem 13. Juni kommt ein neuer Kia Cee'd dazu, der in 25 Meter Höhe an einem Kran schwebt und jeden Tag etwas weiter abgesenkt wird, bis er schließlich in einem am Boden liegenden „Tor“ landet. Der Kran wird von der Facebook-Gemeinde betätigt und ist Teil eines Gewinnspiel von Kia zur Markteinführung des neuen Cee'd.

Der Autohersteller, einer der Hauptsponsoren der Fußball-Europameisterschaft, lädt auf seiner Facebook-Seite (www.facebook.com/kiadeutschland) mit einer eigens kreierten App zum Torwandschießen ein. Mindestens 5000 Tore müssen die Fans pro Tag schießen, um zu erreichen, dass der über dem Heiligengeistfeld schwebende Cee'd dem Boden ein Stück näherkommt. Ist er schließlich „im Tor“ gelandet, wird der neue Kompaktwagen unter allen Teilnehmern des Gewinnspiels verlost. Dabei haben die besten Schützen die höchsten Gewinnchancen, denn jeder Treffer ist wie ein zusätzliches Los. Ein Teilnehmer darf pro Tag sechsmal auf die Torwand schießen. An jedem dieser erfolgreichen Tage werden zudem kleine Überraschungen unter den Teilnehmern verlost.

Hingewiesen wird auf das Facebook-Gewinnspiel zum einen live auf dem Kia-Fan-Fest in Hamburg, zum anderen auf der Website des Automobilherstellers (www.kia.de) sowie durch Werbung auf Facebook (Engagement Ads) und weiteren Online-Plattformen. Konzipiert wurde die Aktion von Innocean, der Inhouse- und Leadagentur von Kia, für die Umsetzung ist Scholz & Friends iDialog (Frankfurt) verantwortlich. (ampnet/nic)