

Kia pusht den überarbeiteten Cee'd

Kia startet am kommenden Montag eine sechswöchige Werbekampagne zur Einführung des überarbeiteten Cee'd am 26. September 2015. TV- und Online-Spots präsentieren das Modell mit Überraschungsmomenten wie einem Windkanaltest im Hotelzimmer oder einem aus dem Asphalt hervorbrechenden Kia. Hingewiesen wird dabei auf Neuerungen wie den 1,0-Liter-Direkteinspritzer, das Sieben-Gang-Doppelkupplungsgetriebe und den Multimedia-Informationsdienst Kia Connected Services.

Im Mittelpunkt der TV-Präsenz steht der Spot, in dem der Asphalt aufbricht und der Kia Cee'd aus der Tiefe auftaucht. Er wird in allen reichweitenstarken deutschen Privatsendern sowie in der ARD und im Umfeld der Berichterstattung zur Fußball-Bundesliga auf Sky insgesamt mehr als 2200 Mal ausgestrahlt.

Alle Spots sind auch auf der Kia-Homepage (www.kia.com/de) und auf Youtube (www.youtube.com/KiaMotorsDeutschland) sowie in Video-Rotationen unter anderem von prosieben.de, rtl.de und vox.de zu sehen.

In der begleitenden Printkampagne erscheint ein Anzeigenmotiv mit dem Kia Cee'd in der Ausführung GT Line und einem 7-Zoll-Display mit Echtzeitnavigation in viel gelesenen Printmagazine. Darüber hinaus geht die Broschüre „Kia News“ an 17 Millionen Haushalte in Deutschland (Verteilung am 19. September).

Online ist das überarbeitete Kia-Modell prominent auf Auto-Portalen platziert, hinzu kommt unter anderem Werbung in sozialen Netzwerken. Entwickelt wurde die Kampagne von Kia Europa, der Leadagentur Innocean Worldwide Europe aus Frankfurt und Jung von Matt. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Kia Cee'd.



Kia Cee'd.



Kia Cee'd.
