
Kia-Stinger-Kampagne mit Paul van Dyk

Paul van Dyk, Weltstar der elektronischen Tanzmusik, wird am 22. September auf der Frankfurter IAA ein abendliches Live-Konzert geben. Das Publikum besteht aus nur 300 ausgewählten Gästen, die die Tickets für das exklusive Event durch ein Kia-Gewinnspiel erhalten haben. Der DJ ist die zentrale Figur in der Einführungskampagne für den Kia Stinger, der auf der IAA seine Deutschland-Premiere feiert und im Herbst auf den Markt kommt.

In Kooperation mit Sony Music Brands | Live | Licensing unterstützt der Musiker die breit angelegte Stinger-Kampagne auch durch seine neue Single „I Am Alive“, die am 6. Oktober 2017 erscheint und die Kia als Soundtrack zur Modelleinführung nutzt sowie durch seine Mitwirkung in Videos und Fotoshootings mit der dynamisch-eleganten Sportlimousine. Der vom europäischen Kia-Designzentrum in Frankfurt entworfene Stinger ist mit bis zu 272 kW / 370 PS das bisher leistungsstärkste Kia-Modell.

Die drei 90-sekündigen Videos wurden Ende Juli in Paul van Dyks Heimatstadt Berlin gedreht. Die Kurzfilm-Trilogie zeigt, wie der Stinger den Musiker bei der Arbeit an seiner neuen Single immer wieder auf außergewöhnliche Weise inspiriert. Ab dem 21. August werden die Videos nach und nach auf der Kampagnen-Website veröffentlicht, das dritte erscheint dann zeitgleich mit der Single am 6. Oktober. Darüber hinaus werden hier Bilder eines Fotoshootings mit dem Musiker veröffentlicht, die in gedruckter Form in einem zehnteiligen Special des Avantgarde-Automagazins „Ramp“ erscheinen.

Viele Elemente der stark audiovisuell geprägten Kampagne wird Kia auch auf Youtube, Spotify und weiteren Musik-, Video- und Social-Media-Plattformen präsentieren. Paul van Dyk unterstützt die Kampagne im Netz ebenfalls, indem er Videos, Fotos und Gewinnspielhinweise über seine Kanäle auf Facebook, Instagram und Youtube postet. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Kia-Stinger-Kampagne.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia