
Kia inszeniert Marke, Mobilität und Lifestyle interaktiv

Kia hat sein Markenerlebniszentrum „Kia360“ in Seoul wiedereröffnet. Nach der Neuausrichtung Anfang dieses Jahres mit neuem Logo und Slogan, inszenieren die Koreaner hier mit kommunikativen und interaktiven Displays ihre Designphilosophie „Opposites United“, die künftigen Elektromobilitätslösungen sowie den damit verbundenen Lifestyles. Das 1900 Quadratmeter große Erlebniszentrum im Süden der koreanischen Hauptstadt wurde 2017 unter dem Namen BEAT360 eröffnet.

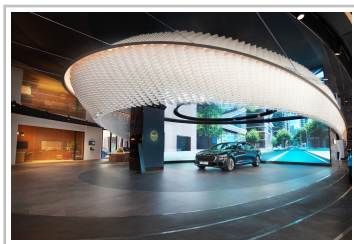
Die Außenfassade des Gebäudes, die sowohl tagsüber als auch nachts verschiedene auffällige Lichteffekte ermöglicht, wurde in den neuen Kia-Farben Schwarz und Weiß gestaltet. Der Innenbereich kann mithilfe von digitalen Kiosken und QR-Codes pandemiegerecht berührungslos erkundet werden. Er ist in drei Zonen aufgeteilt, in denen die Besucher das neue Design, alle Themen zur E-Mobilität sowie Kias Modellpalette entdecken und konfigurieren können. (aum)

Bilder zum Artikel



Markenerlebniszentrum "Kia360".

Foto: Autoren-Union Mobilität/Kia



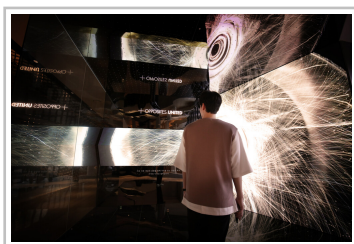
Markenerlebniszentrum "Kia360".

Foto: Autoren-Union Mobilität/Kia



Markenerlebniszentrum "Kia360".

Foto: Autoren-Union Mobilität/Kia



Markenerlebniszentrum "Kia360".

Foto: Autoren-Union Mobilität/Kia
