TikTok wird Content-Partner der IAA

Die Kurzvideo-Plattform TikTok wird offizieller Partner der IAA Mobility 2021 und der Messe München. Schwerpunkt der Partnerschaft sollen Formate und Inhalte in der App sein, die direkt von der Messe, aus der Community sowie von Marken gestaltet werden können. In Zusammenarbeit mit bekannten TikTok-Stars sowie Persönlichkeiten aus der Automobil- und Tech-Branche sollen „lehrreiche und kreative Inhalte“ rund um Mobilität, Innovationen, Design und Nachhaltigkeit entstehen. Den Marken böte sich damit die Möglichkeit, ihre Produkt-Launches, Innovationen, Talks und Mobilitätsangebote insbesondere einer jungen Zielgruppe zu präsentieren.

“TikTok ist der perfekte Ort für eine neue Art von IAA-Erlebnis und wir können als Content- und Unterhaltungsplattform die Begeisterung unserer Community für Mobilitätsthemen weiter ausbauen,” sagt Thomas Wlazik, Managing Director Global Business Solutions, TikTok DACH. Auch VDA-Präsidentin Hildegard Müller freut sich bei der Partnerschaft „insbesondere auf den Dialog mit jungen Erwachsenen. Dabei wollen wir nicht nur unsere Vision einer nachhaltigen, digitalen und klimafreundlichen Mobilität präsentieren. Sondern auch zuhören, Fragen und mögliche Ängste aufnehmen und in einen Austausch auf Augenhöhe treten.“

Einige Marken nehmen die IAA zum Anlass, eigene Kampagnen auf TikTok zu starten. So ist Mini bereits seit längerer Zeit mit eigenem Account und Beiträgen auf der Kurzvideo-Plattform aktiv. Und auch Muttermarke BMW wird mit eigenen Kampagnen vertreten sein. (aum)

Bilder zum Artikel

IAA Mobility.

Foto: Auto-Medienportal.Net/VDA