

Ein SUV macht Mode: Starker Auftritt des Kia Sportage

„Sieht gut für Sie aus!“ heißt es über das neue Kia-Modell in dem TV-Spot, der zur Markteinführung auf den reichweitenstärksten Sendern läuft

Frankfurt, 5. August 2010 – Zur Markteinführung des neuen Kia Sportage wirbt Kia Motors Deutschland mit einem TV-Spot, in dem zwei zentrale Merkmale des Kompakt-SUVs humor- und effektiv in Szene gesetzt werden: Sein elegant-dynamisches Design und die 7-Jahre-Herstellersgarantie, die für den Sportage wie für alle Kia-Modelle gewährt wird.

Der Spot führt den Zuschauer mitten ins Blitzlichtgewitter einer Modenschau, dessen Publikum gebannt das Urteil der versammelten Fashion-Fachleute über die schönste Kreation erwartet. Nach prüfenden Blicken spricht der führende Modeexperte ein Machtwort: „Sieben!“ Gemeint ist das Model mit der Nummer 7 – und ebenso der Kia Sportage, der gleich darauf über den Laufsteg rollt. Während der Saal jubelt, wird der SUV mit der Botschaft präsentiert: „Der neue Kia Sportage. Sieht gut für Sie aus!“

Produziert wurde der Spot von der Agentur David & Goliath, Regie führte der vielfach preisgekrönte britische Werbefilmer Gerard de Thame. Die Rolle des Modeschöpfers spielt der aus Kanada stammende Schauspieler Walter van Dyk, die konkurrierenden Models werden von Marketa Divisova und Michaela Gleissnerova verkörpert. Der 20-Sekünder wird ab dem 7. August 2010 eingesetzt und schwerpunktmäßig auf reichenweitenstarken TV-Sendern wie RTL, ProSieben, Sat.1 und RTL 2 in der Prime Time ab 20 Uhr gezeigt.

„Der Spot zielt ganz bewusst auf ein junges, großstädtisches Publikum, dem lässige Eleganz und Stilsicherheit sehr wichtig sind, das aber auch Vorteile wie die einzigartige 7-Jahres-Herstellersgarantie zu schätzen weiß“, sagt Göran Tamm, Leiter Marketing Kia Motors Deutschland. Der Spot ist das jüngste Highlight der Einführungskampagne für den Kia Sportage, die mit zehneckündigen TV-Teasern bei den Viertel- und Halbfinal-Übertragungen der Fußball-WM begann und bis in den September läuft. Zu den weiteren Bausteinen zählt eine Kooperation mit der quotenstarken RTL-Serie „Alarm für

Cobra 11“. Von Ende Juli bis Oktober setzen sich die Hauptdarsteller der Serie in mehr als 230 Sponsoring-Spots mit dem neuen Kia Sportage auseinander und machen Appetit auf den Lifestyle-SUV. Im Internet finden Interessierte unter www.kia.de zudem ein Online-Special zum Sportage.

Bilder aus dem Spot sowie diesen Text als Download (doc und pdf) finden Sie unter www.kia-presse.de.

Kia Motors Deutschland GmbH
Silke Rosskoth
Leiterin Unternehmenskommunikation
Theodor-Heuss-Allee 11
60486 Frankfurt am Main
Tel.: 069-15 39 20 – 550
Fax: 069-15 39 20 – 559
E-Mail: presse@kia.de