

## Kia bringt den Cee'd zum Klingen

**Ein Kia Cee'd im Tonstudio und drumherum Musiker, die ihn als Rhythmus-Instrument zum Klingen bringen: Eine Felge wird zur Bassdrum, Jazzbesen streichen über den Kühlergrill, das Dach dient als Conga, und das Schließen der Heckklappe setzt kraftvolle Akzente. Diese Szene ist der Ausgangspunkt im TV-Spot der neuen weltweiten Markenkampagne von Kia Motors unter dem Motto „A different Beat“. Die Kia-Inhouseagentur Innocean Worldwide hat die Kampagne in Korea entwickelt. Jetzt wird sie mit breiter Fernseh-, Print- und Online-Präsenz auch in Deutschland umgesetzt.**

Der TV-Spot ist ab sofort bis Ende des Jahres auf allen relevanten und reichweitenstarken Kanälen zu sehen. Eine Anzeigenkampagne in den wichtigsten Magazinen, TV- und Autozeitschriften sowie Sonntagszeitungen läuft in Kürze an. Und online steht die Verlinkung zu Facebook-Anwendungen im Mittelpunkt, mit denen die Nutzer ihren eigenen „Kia Beat“ erstellen können. (ampnet/nic)